

DE ZAAK OP ORDE

Powered by Legal Business World | Themanummer DZOO | 2019

EEN TERUGBLIK

De Zaak op Orde 2018
Het succes van powertalks
en break-out sessies

POWER TALKS

Bekijk de 8 videoregistraties
uit 2018 en verrijk je kennis
met deze inzichten

INTERVIEWS

Maak kennis met de 'power-
talkers' van 2019

INFORMATIE

Informatie over de 2019 editie
van De Zaak op Orde.



LEGAL BUSINESS WORLD
PUBLICATIONS



Lees online of download meer dan 50 eMagazines, eBooks en +800 artikelen over de Business of Law (open source)
 Ga naar www.legalbusinessworld.com



LEGAL BUSINESS WORLD

INTERNATIONAL PUBLICATIONS

Legal Business World is official partner van De Zaak op Orde

De Zaak op Orde

Voor u ligt de speciale editie van De Zaak op Orde Ook in 2019 gericht op zelfbewuste advocaten en vanaf deze editie ook op notarissen! Zelfbewuste professionals hebben focus en controle op de toekomst. Hoe onderscheiden zij zich in een markt waar technologische ontwikkelingen, mondige klanten en alternatieve aanbieders zich aandienen?

In deze editie staan sprekers die inspireren, en in korte krachtige legal powertalks de verbinding leggen met de praktijk. Zij vertellen over de persoonlijke keuzes in hun vak en wat de gevolgen hiervan zijn. Weten waar je goed in bent, het meeste plezier van krijgt en waar je het meest in gewaardeerd wordt. Een cliché wellicht maar er aan vast houden is vaak een uitdaging. We zijn trots op wederom een bijzonder line-up van sprekers te mogen verwelkomen. De onderwerpen zijn actueel en gaan over hoe je als mens in een organisatie kennis kan laten renderen. Denk aan authenticiteit op de werkvloer, onboarding, het recht van empowerment, praktijk bouwen en balanceren tussen de korte en lange termijn, mediation in de advocatuur. Het verschil tussen niche en corporate keurslijf. Robuuste keuzes maken en focus te houden om collectieve doelen te realiseren.

Tussen de powertalks organiseert Law4ce Netwerk Breakout discussies waarin je in kleine groepen gericht in contact komt met andere deelnemers, sprekers, sponsors en organisatoren. Zien wij u ook de 10e oktober?

Mr. Julius Scholten

Partner Law4ce & Organisator De Zaak op Orde.
Associated Editor Legal Business World

Uitgever

LegalBusinessWorld Inc.

Redactie

LegalBusinessWorld redactie
MBL Media

Associated Editor

Mr. Julius Scholten

Design & Layout

LateNight studio's

Algemene informatie

info@legalbusinessworld.nl
© iLegalBusinessWorld Inc.

LegalBusinessWorld™

LegalBusinessWorld NL
is een imprint van Legal Business World
Inc.

Special Edition

Het emagazine 'De Zaak op Orde' is een
special, powered by Legal Business
World



*De interviews in deze editie zijn verzorgd
door Julius Scholten, Associated Editor Legal
Business World*



**HEEFT U DE
ZAAK OP
ORDE?**



**WIJ ZIENU
GRAAG OP
10 OKT 2019**

WWW.DEZAAKOPORDE.COM



De Powertalks | Wie, Wat, Hoe

Jaap Stikkelbroeck, Advocaat en ondernemer. Oprichter van onder meer blend-ed.law en Griph.

8

Eva Knipschild, Advocaat/partner en MfN-registermediator bij Kennedy Van der Laan en Kantonrechter-plaatsvervanger bij de rechtbank in Amsterdam.

13

Menno Weij, Techlawyer bij BDO.

17

Casper Jones, Chief Energie & Ontwikkeling bij VBC Notarissen.

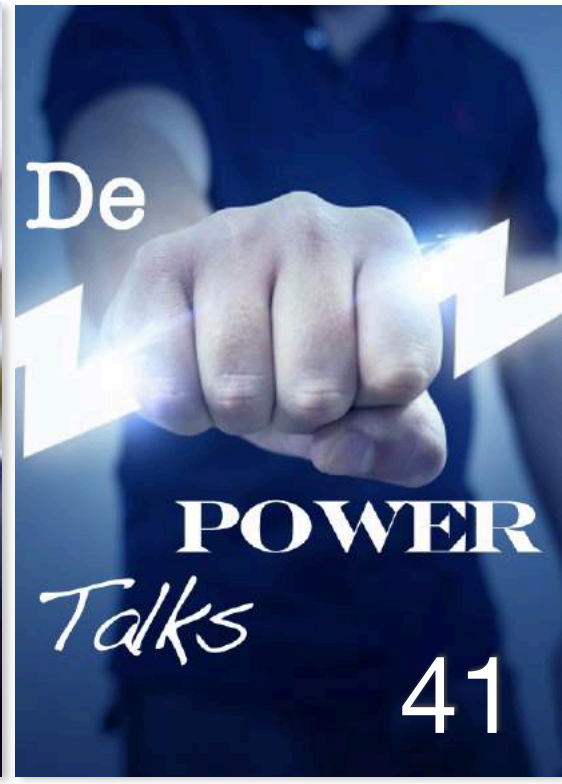
20

Edith Molemans, Kantoordirecteur en advocaat arbeidsrecht bij Boontje advocaten.

25

Alice Stähler, Partner by Hessels Langeveld | The Leadership Academy.

29



Het Programma

Het programma bestaat uit een middag waar in een hoog tempo veel korte, actieve, legal power talks voorbij komen. Max 12 minuten per spreker waardoor je snel bij bent met de belangrijkste trends en ontwikkelingen en inspiratie opdoet. Maximaal rendement in een middag vanuit vele invalshoeken gepresenteerd. Je hoeft in dit seminar dus niet te kiezen, maar krijgt alle onderwerpen kort en praktisch gepresenteerd. Alle **powertalks** zijn goed gecoördineerd opgezet om de juiste boodschappen goed over te brengen.

Tussen de **powertalks** organiseert **Law&Co** een **Network Breakout** waarin je in kleine groepen gericht in contact komt met andere deelnemers, sprekers, sponsors en organisatoren van jouw voorkeur. Deze **network breakout** wordt per thema geleid door een moderator.

Deelnemers kunnen door inschrijving bij de balie van Van der Feltz advocaten PO punten en een certificaat van deelname verkrijgen van de **Bilderdijk Academie**, de door de **NOuA** erkende opleidingsinstelling van Van der Feltz advocaten.

Programmatijden
 13:00 Ontvangst
 13:30 Start powertalks
 14:30 Pauze & **Netwerkavond**
 16:00 Vervolg **powertalks**
 17:00 Borrel
 18:30 Afsluiting

The number 48 is overlaid in the bottom right corner.

Inschrijving

De ticketverkoop voor De Zaak op Orde verloopt via EventBrite. Indien je lid van bent van **BaliePlus**, selecteer dan het juiste ticket. Uiteraard gelden deze kortingen alleen indien je daadwerkelijk lid bent. De inschrijving staat alleen open voor advocaten, notarissen en werknemers van advocaten- en notariatskantoren. De prijzen op **EventBrite** zijn inclusief 21 % BTW. Ga naar: <https://www.dezaakoporde.com>

Balieplus lid	€ 202,50
<ul style="list-style-type: none"> Balieplus leden krijgen 10% korting (€ 245,03 incl. BTW). Interesse in het BaliePlus netwerk? 	
Open inschrijving	€ 225
<ul style="list-style-type: none"> Inschrijving voor advocaten, notarissen en professionals werkzaam bij advocaten- en notariatskantoren (€ 223 incl. BTW) 	

The number 49 is overlaid in the bottom right corner.

Willem Leppink, Advocaat, partner bij Ploum.

32

Alrik de Haas, Strafrechtadvocaat bij OMVR advocaten.

37

De Powertalks 2019 (Video's).

41

De Zaak op Orde 2018. Groot succes door powertalks en break-out sessies, Julius Scholten.

43

De Zaak op Orde. Het programma.

48

De Zaak op Orde. De Inschrijving.

49

De Zaak op Orde. De Locatie.

50

Wie, Wat, Hoe

Jaap Stikkelbroeck

Advocaat en ondernemer. Oprichter van onder meer blended.law en Griph.

Als u in een paar zinnen beschrijft wie u bent en wat uniek maakt. Waar legt u dan het accent?

‘Sinds 15 jaar advocaat en de laatste jaren steeds meer ondernemer.’ Dat begon met het opzetten van Griph als alternatief kantoor-model. Afgelopen jaar is blended.law gelanceerd, een soort marktplaats waar juristen maatwerkoplossingen aanbieden tegen vaste prijzen. Eind van de zomer gaan we testdraaien met het FORUM., een juridisch kennisplatform cq. social network waar juristen zelfstandig kennisblogs, vlogs, artikelen en zelfs annotaties kunnen publiceren.

Ik denk dat de gemene deler van die projecten is dat ze steeds proberen de juridisch wereld op een andere manier te benaderen, transparanter te maken en mensen in staat te stellen zelf zaken te regelen. Bij Griph kunnen advocaten zich als zelfstandige vestigen, binnen een groter kantoorverband. Op blended.law kunnen rechtzoekende zelf de beste oplossing voor hun juridische zaken uitzoeken. En met FORUM. willen we juridische kennis toegankelijker maken voor een veel breder publiek.

Wat heeft u geleerd in de afgelopen jaren en wat is nu uw grootste uitdaging?

In de afgelopen jaren heb ik geleerd om onze juridische wereld ook steeds meer vanaf het perspectief van een ‘buitenstaander’ te bekijken. Dan voel je je soms echt een beetje Alice in Wonderland.

Het valt me vooral steeds meer op hoe we met z’n allen vastzitten in systemen en formaliteiten. Door de eigen dynamiek van juridische processen en procedures is het heel

gemakkelijk om de kern en belangen van de zaak uit het oog te verliezen.

Uniforme procedures zijn belangrijk en formaliteiten kunnen functioneel zijn, maar wat mij betreft moet het om het spel gaan, niet om de regels. We creëren een soort nieuwe bureaucratie. Dat leidt tot vervreemding tussen advocaat en client en nog erger: tussen rechtzoekende en het rechtssysteem. Ik denk dat we deformalisering nodig hebben en een veel pragmatischer systeem dat is gericht op de menselijke maat.

Veel organisaties hanteren vergelijkbare ‘Unique selling points’ en ‘unique value points’, maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen en hoe werkt dat binnen uw organisatie?

Op blended.law bieden juristen specialistisch maatwerk aan voor vaste prijzen. Dat zijn altijd concrete oplossingen voor vaak voorkomende problemen. De client weet daardoor wat hij koopt, wat het kost en wat hij ervoor terug krijgt. Je kan zo ook verschillende diensten met elkaar vergelijken.

Het unieke aan Griph is dat de advocaten allemaal zelfstandige ondernemers zijn. Ze zijn niet gebonden aan kantoortarieven, targets of ander afleidend gedoe. Dat zien cliënten misschien iets minder een USP, maar advocaten zelf herkennen dat meteen.

Hoe zorg je voor focus en borgt u de kwaliteit? Kortom, hoe houdt u De Zaak op Orde?

Als je maatwerk wilt aanbieden voor een scherpe vaste prijs, moet je wel op een

bepaalde manier gespecialiseerd zijn. Het kan zijn dat je de meeste expertise hebt, of dat je werk processen op kantoor goed hebt ingericht of als je gewoon het slimste product hebt uitgedacht.

In een samenwerkingsverband als Griph is de kwaliteit de eigen verantwoordelijkheid van de individuele advocaat. Wat altijd heel goed heeft gewerkt, is de interne marktwerking. Als je ergens goed in bent, weten je collega's je te vinden en trek je werk aan. En door steeds samen te werken in teams, versterk je elkaar.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van uw klantrelatie?

Klanten eisen hun plek op. Worden nog mondiger. Ze willen niet meer afhankelijk zijn en er zijn steeds minder advocaten die wegekomen met een eigenzinnige manier van werken. Cliënten verwachten van een professional dat die er voor hen is en zich aan hun wensen aanpast. Heel logisch eigenlijk. Als ik een aannemer inhuur, verwacht ik ook dat hij het huis bouwt zoals ik dat wil, niet zoals hij denkt dat het voor mij beste is.

De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, dit heeft impact op menig organisatie. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?

Aan de aanbodkant zie je samenklontering in grote kantoren met meer slagkracht tegenover versnippering in specialisme. Maar allemaal werken ze volgens het aloude kantoor-model. Daar verandert nog niet zoveel.

Aan de klantkant is meer dynamiek te zien. Daar ontstaat steeds meer wil om voor een

goed alternatief te kiezen. Als iemand aan de aanbodkant de spijker een keer op z'n kop slaat, dan ontstaat er pas echt dynamiek. Misschien kunnen wij daar zelf ook aan bijdragen.

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen?

Eigenlijk gewoon door veel mensen te spreken. Volg de ontwikkelingen in media en probeer tussen de regels door te lezen. Dan zie je vanzelf welke trends er ontstaan. Ik denk bijvoorbeeld dat de aandacht verschuift van grote 'corporate' belangen naar echte mensenproblemen. En dat de integriteit van advocaten zal steeds belangrijker worden als hun 'unique selling point'.

Klanten stellen steeds hogere eisen aan juridische dienstverleners betreffende sector/branche- en vakkennis. Welke keuzes hebben jullie gemaakt voor de toekomst?

Specialisatie is een vaak gehoord toverwoord. Ik denk wel terecht. Maar je kan ook denken aan differentiatie. Niet iedere professional hoeft een superspecialist te zijn. Ik denk dat er ook veel behoefte is aan ervaren generalisten. En niet alleen voor de eerstelijns advies, maar juist om doorlopend het overzicht te houden. Voor het advies dat verder gaat dan wat er technisch allemaal mogelijk is.

Ik geloof dat je je kantoor zo moet inrichten dat individuele initiatieven kunnen ontstaan. Echte groei en ontwikkelingen komt van onderaf, niet top down.

Hoe ervaart u als expert de druk van concurrentie?

Om eerlijk te zijn, nog veel te weinig. In de advocatuur lijkt er altijd wel werk en ook bereidheid om daarvoor te betalen. Cliënten hebben vaak ook geen keuze. Onze markt is erg intransparant en het is vaak moeilijk voor cliënten om expertise echt te herkennen. Dan kiezen ze ofwel voor het persoonlijk contact en vertrouwen, ofwel voor een merk (kantoor) waar de jurist aan verbonden is.

Prijs(concurrentie) is voor lange termijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit en kijken jullie ook naar nieuwe business modellen?

Vaste prijzen en projectbudgetten zullen absoluut steeds gangbaarder worden. Uiteindelijk gaat het erom welke waarde je kan toevoegen. Maar ik denk dat het ook onvermijdelijk is dat de (uur)tarieven onder druk komen te staan. Vooral voor het middensegment. Er zit op dit moment veel lucht in de markt en niet iedereen kan de hoge verwachtingen van hun tarieven waarmaken. Zeker in de beleving van cliënten niet. Die zullen in de toekomst steeds minder bereid zijn om te betalen van de luxe gewoontes van de advocatuur. Inefficiëntie, dure ondersteuning, kunst aan de muur, de mooiste panden in de stad ... Als je heel eerlijk bent, is dat soms ook wel een beetje waanzin. We kunnen als advocaten echt wel wat toevoegen. Maar zo uitzonderlijk is het allemaal nou ook weer niet.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja hoe doet u dat?

Ik begin altijd met samen vaststellen wat het doel. De eerste vraag is: wat wil je client bereiken en waarom. Pas dan kan je adviseren over welke juridische acties kunnen bijdragen

aan het behalen van dat doel en pas dan kan de client beoordelen wat het hem waard is. Het ligt nogal voor de hand, maar in de praktijk blijkt het toch vaak gemakkelijk om het doel uit het oog te verliezen.

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

Als het goed is, is innovatie een investering en geen kostenpost. Innovatie levert geld op. Als je als advocaat moet kiezen tussen een declarabel uur of een innovatie uur, moet je je eigenlijk realiseren dat je in een verouderd model werkt. Niet iedereen hoeft zelf tijd en geld in innovatie te investeren. Je kunt je ook aansluiten bij een groep die collectief in innovatie investeert.

De vraag is soms denk ik meer of je zelf bereid bent je aan te passen en soms ook afscheid te nemen van de gewoontes waar je zo aan gehecht bent. Om zelf ook te veranderen. Ik denk dat vooruitgang altijd je beste optie is.

Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande klanten te behouden?

Profilering. Zorg dat je je onderscheidt in de manier waarop je je dienstverlening aanbiedt. Simpelweg zeggen dat je de beste ergens in bent, is niet genoeg. Laat zien welke concrete oplossingen je je client kunt bieden, wat die oplossing precies inhoudt en wat het kost.

Samenwerken. De kracht van een samenwerken in teams is dat 1 plus 1 vaak meer

dan 2 is. Als je je aansluit bij een collectief, kun je je onafhankelijkheid behouden, terwijl je je klanten meteen een one stop shop kan bieden.

Deel je kennis. Content marketing is en blijft voorlopig key voor advocaten. Er zijn advocaten die publiceren, maar wie leest die tijdschriften? Je (potentiële) clientèle meestal niet. Een van de redenen om FORUM. op te zetten, is om een platform te bieden waar advocaten hun kennis, in blogs, artikelen en zelfs annotaties, voor een veel groter publiek toegankelijk te maken.

Advocaat en ondernemerschap, hoe organiseert u dit?

Die combinatie is gewoon echt heel moeilijk, eigenlijk onmogelijk. Het gaat niet alleen om een gebrek aan tijd, maar de dynamiek is totaal anders. Je hebt er een andere mindset voor nodig.

Dat is iets anders dan zeggen dat advocaten niet ondernemend zijn. Integendeel. Als het gaat om de eigen praktijkvoering, bestaat er heel veel creativiteit en initiatief. Maar vanwege de kantoororganisaties en dagelijkse praktijk, komen die vaak niet goed tot hun recht.

Met Griph creëren we daarom de randvoorwaarden voor advocaten om te kunnen ondernemen in de eigen praktijk. Solide bedrijfsprocessen, collega's waarmee je in teams kunt samenwerken en heldere vaste afspraken over de verdeling van de inkomsten, die ook nog eens maandelijks worden afgerekend. Dat geeft de basis die je nodig hebt om je in alle vrijheid je te kunnen richten op de ontwikkeling van je praktijk, commercieel, acade-

misch, waar je ook maar mogelijkheden ziet of wilt onderzoeken.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Als advocaat werk je altijd toe naar het afronden van een stuk. Je dag is geslaagd als dat weer is gelukt. Als ondernemer heb je die vastigheid van de dossierdynamiek veel minder. Je bepaalt zelf telkens opnieuw je doelen en deadlines. Dan is de dag geslaagd als je weer een stap dichterbij je doel bent. Dat feestje moet je dus zelf een beetje maken. Gelukkig ben ik daar best goed in.

De Zaak op Orde

wordt mede mogelijk gemaakt door:

balie⁺
laat je advocaat zijn

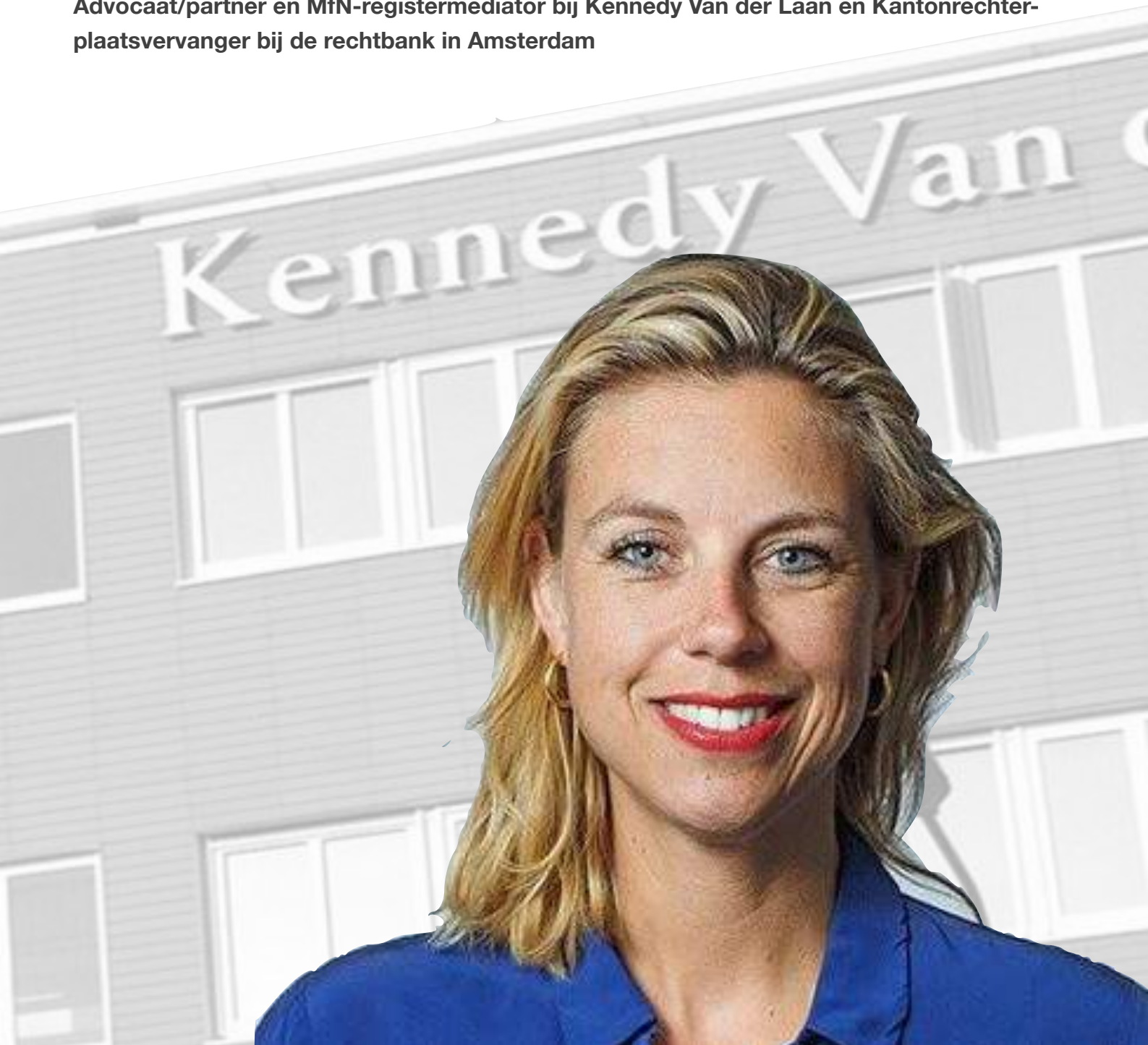
VAN DER FELTZ
a d v o c a t e n

Inspiratie, trends en ontwikkelingen voor zelfbewuste advocaten en notarissen!

Wie, Wat, Hoe

Eva Knipschild

Advocaat/partner en MfN-registermediator bij Kennedy Van der Laan en Kantonrechter-plaatsvervanger bij de rechtbank in Amsterdam



Als u in een paar zinnen beschrijft wie en wat u uniek maakt. Wat zou u dan zeggen?

Mijn naam is Eva Knipschild en ik ben sinds 2005 werkzaam bij Kennedy Van der Laan. De laatste jaren werk ik als advocaat/partner en mediator op het gebied van arbeidsrecht en medezeggenschapsrecht. Kennedy Van der Laan is opgericht in 1992 en bedient sindsdien toonaangevende marktleiders, met specialistische juridische kennis. Onze juridische expertise is omvangrijk. Samen met onze cliënten kijken wij met een brede blik naar mens, maatschappij en business-context. Dankzij onze diep-specialistische, juridische knowhow en sectorkennis, zijn wij in staat onze cliënten pragmatische oplossingen te bieden. Ons advies is altijd kernachtig, helder en richtinggevend.

Wat is uw missie voor de komende jaren (hoe ziet uw toekomst eruit en wat zou u graag willen bereiken de komende 5 jaren)?

Mijn missie voor de komende jaren is het verder neerzetten van een kantoorbrede mediationpraktijk. Kennedy Van der Laan wordt nu al nationaal en internationaal erkend als mediationkantoor, maar dit mag wat mij betreft breder in de organisatie verankerd zijn. Ik ben ervan overtuigd dat mediation de toekomst heeft. Mediation is een vast onderdeel geworden van mogelijkheden die als strategie in een zaak moeten worden overwogen. Deze trend zal alleen maar toenemen en dat is ook logisch: mediation heeft vele voordelen boven procederen, zeker binnen het arbeidsrecht. Het leidt veelvuldig tot oplossingen in arbeidsrechtelijke dossiers, die met een procedure waarschijnlijk voorlopig niet hadden kunnen worden gesloten. Daarnaast zie ik ook steeds vaker dat mediation wordt ingezet om een conflict te voorkomen,

denk bijvoorbeeld aan het begeleiden van een medezeggenschapstraject of het verbeteren van relaties binnen een team.

Veel kantoren hanteren vergelijkbare 'Unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen?

Onze unique selling points noemen wij 'De Heldere Lijn'. We nemen altijd een breed perspectief als uitgangspunt. Breed in de zin van: zonder juridische oogkleppen, met kennis van de business context van onze cliënt. Maar ook breed in de zin van: met oog voor mens & maatschappij. Vervolgens passen wij onze specialistische juridische kennis en ervaring toe. Om tot slot te komen tot een pragmatisch en direct toepasbaar advies. En op die manier de essentie te vangen. Eigenlijk is deze uniciteit sinds de oprichting van ons kantoor geborgd in onze manier van werken; wij waren bij de oprichting al vastbesloten niet ingewikkeld te doen en dat is nog steeds zo. Iedereen die bij ons komt werken als advocaat of mediator herkent zich hierin en wordt meegenomen in hoe dit in de praktijk te brengen. En zo werk ik ook in mediations: ik vraag, luister en heb een actieve rol in het gesprek. Ik gebruik mijn juridische kennis om praktische vragen te stellen en nodig partijen zo uit om met creatieve oplossingen te komen.

Daarnaast zeggen wij altijd '*innovatie is onze bijnaam*'. Wij lopen voor op de markt wanneer het gaat om nieuwe manieren van samenwerken, kennisdelen en prijsmodellen. Zo zetten wij onder meer in op de volgende vernieuwingen:

Legal Tech

Legal Tech is een grote trend op het gebied van onze cliëntrelatie. Cliënten vragen steeds vaker een ander type dienstverlening van ons, die regelmatig niet eens zozeer te maken heeft met een juridische vraagstuk maar met de dagelijkse werkzaamheden van juridische afdelingen. Het gaat dan om maatwerkoplossingen op het gebied van digitale transformatie, het verhogen van efficiëntie, het verlagen van werkdruk en risicobeheersing. Kennedy Van der Laan heeft daarom een in-house Legal Tech afdeling. Deze afdeling ondersteunt juridische afdelingen met hun dagelijkse uitdagingen als het gaat om processen, systemen, verantwoordelijk en budget, door middel van een unieke combinatie van juridische expertise, consultancy en software. Legal Tech is iets waar ik persoonlijk erg in geloof, juist omdat ik in de praktijk zie hoe het uitpakt voor de afdeling HR en legal. De medewerkers aldaar kunnen zich focussen op de inhoud van hun vak; de bijkomende werkzaamheden worden voor hen versimpeld, zoals het maken van overeenkomsten, berekeningen en chatboxen voor de vaak gestelde vragen.

Customized Alliance

Customized Alliance is een innovatieve maatwerkoplossing: een internationaal flexibel netwerk van onafhankelijke kantoren. Het biedt multinationals de mogelijkheid om in elk land te werken met kantoren die in expertise het beste aansluiten op de behoeften van de organisatie en tegelijkertijd wereldwijd consistent te zijn in kwaliteit en manier van werken. De Customized Alliance is ontwikkeld om de samenwerking tussen advocaten in verschillende landen te optimaliseren om zo het centraal management effectiever en efficiënter te

maken. De manier waarop de samenwerking is opgezet (flat-fee rates, zelfregulerende mechanismen en transparantie voor alle deelnemende kantoren) garandeert de beste resultaten - inhoudelijk en kostentechnisch - voor iedereen. In de diverse alliances die wij op kantoor hebben, ben ik de coordinator voor het arbeidsrecht. Het biedt mij de mogelijkheid om met diverse internationale kantoren zeer nauw samen te werken, internationale projecten te begeleiden en pro actief, op internationaal niveau, mee te denken over juridische en praktische oplossingen voor de cliënt.

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen?

Het gezicht van Kennedy Van der Laan is allereerst een menselijk gezicht. De mensen maken ons kantoor en dragen de hoogwaardige kennis in zich. Zij zijn ook de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen. Niet alleen door de cursussen en opleidingen die ze volgen, maar ook door de bredere maatschappelijke rol die ze vervullen door (internationale) nevenfuncties, lidmaatschappen en expert-rollen. Regelmatig spreek ik op internationale congressen van bijvoorbeeld de International Bar Organisation. Recent sprak ik nog over de gevolgen van robotisering binnen bedrijven. Ook geef ik workshops over ontwikkelingen op het gebied van arbeidsrecht of mediation en geef ik les aan de specialisatieopleiding voor arbeidsrechtmediators. Lesgeven is een goede manier om in contact te komen met diverse mensen en ik leer zelf weer van de vragen die gesteld worden.

Klanten stellen steeds hogere eisen aan juridische dienstverleners betreffende

branche- en vakkennis. Hoe ervaren jullie dit en hoe spelen jullie hierop in?

Wij bieden onze advocaten toegang tot een online juridisch kennisplatform waarmee zij toegang hebben tot een grote diversiteit aan bronnen, zoals vakliteratuur maar bijvoorbeeld ook kranten en andere nieuwsbronnen. Daarnaast gebruiken we een online news- en contact-platform om ze proactief van updates te voorzien. Uiteraard zien wij onze cliënten regelmatig en zo praten wij bij over de recente ontwikkelingen binnen de sector en hoe deze uitwerken voor de organisatie. Op juridisch gebied organiseren wij wekelijks een jurisprudentielunch voor alle advocaten en vinden regelmatig cursussen plaats met interne en/of externe sprekers, ook over vaardigheden of ontwikkelingen in de markt. Zo gaf ik recent nog een opleiding mediation advocacy aan de advocaten waarin ik toelichtte welke rol je als advocaat in mediation kan hebben. Daarnaast zijn onze advocaten lid van een aantal (internationale) comités en netwerken waardoor ze een centrale rol spelen in de ontwikkelingen in wet- en regelgeving.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten?

De beste maatstaf voor de waarde van onze dienstverlening is het aantal cliënten dat al lange tijd verbonden is aan ons kantoor. Met sommige cliënten werk ik al jaren en is een partnership ontstaan. Wij zijn ooit begonnen als de 'unconventional rookie' binnen de advocatuur, gedreven door de overtuiging dat topkwaliteit juridische dienstverlening hand-in-hand gaat met drie dingen: een informele relatie, transparantie op alle niveaus en een partnership mentaliteit. Toen we ons kantoor meer dan 25 jaar geleden oprichtten, is een aantal van 's werelds bekendste merken klant van ons

geworden. We zijn er trots op dat zij tot op de dag van vandaag nog steeds bij ons zijn en dat we onze portfolio hebben kunnen laten groeien met andere multinationals in verschillende industrieën.

Advocaat & mediator samen met ondernemerschap, hoe ziet u dit?

Uit onderzoek is gebleken dat partijen graag een mediator willen die ook juridische kennis heeft van het geschil. Voor mij is het zijn van mediator en advocaat een goede combinatie. Met mijn juridische kennis weet ik de juiste vragen te stellen en met mijn proceservaring kan ik leidend zijn bij vragen over de gevolgen van het niet of wel bereiken van oplossingen. Met mijn ervaring in het werken voor internationale cliënten begrijp ik hoe internationale besluitvorming plaatsvindt en wat nodig is om dit goed te communiceren. Mediation is niet meer weg te denken uit het vakgebied. Reden waarom ik bijvoorbeeld de opleiding mediation advocacy geef aan onze advocaten, een opleiding om mediation goed te begrijpen en partijen daarin te kunnen adviseren of begeleiden, maar hen ook regelmatig bijpraat over de ontwikkelingen binnen mediation.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Mijn dag is geslaagd als de aanwezigen nog enthousiaster worden over mediation als mogelijkheid in de juridische wereld, zowel conflictoplossend als conflictvoorkomend. Er zijn toch nog steeds vooroordelen over mediation en wellicht ook angst dat mediators het advocatenwerk op den duur zullen verminderen omdat procedures zullen afnemen. Echter, dit is de toekomst en dus neem ik je graag mee in deze veranderende rol waarin je mediation vanzelfsprekend overweegt en je cliënten je juist om die reden meer zullen waarderen.

Wie, Wat, Hoe

Menno Weij

Techlawyer bij BDO



Als u in een paar zinnen beschrijft wie en wat BDO is wat zou u dan zeggen?

Mijn rol bij BDO is, kort gezegd, 'techlawyer'. Ik mag het tech & privacy law team binnen BDO Legal leiden. Ik sta organisaties en ondernemingen bij op het gebied van informatietechnologie, intellectueel eigendom, privacy en e-Commerce. Naast BDO, ben ik bestuurslid van de NVVIR en redacteur bij het Tijdschrift voor Internetrecht.

Ik ben ook co-founder van IncPlus en van VraagHugo. Ook ben ik commissaris bij het Security of Things Fund. En tot slot nog ambassadeur bij de Duch Start-up Association.

Wat is uw missie voor de komende jaren en wat is uw grootste uitdaging de komende jaren ?

Bij BDO doorloop ik nu een versneld partnertraject. Het voornemen is om per 1/1/20 benoemd te worden. Dat is voor mij persoonlijk nu de ambitie en uitdaging. Daarnaast natuurlijk blijven bouwen aan het Tech & Privacy law team en blijven werken aan de samenwerking met andere 'lines of services' binnen BDO. Daar liggen veel kansen en mogelijkheden.

Veel organisaties hanteren vergelijkbare 'Unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen en hoe werkt dat binnen uw organisatie?

Goed zijn is een hygiëne factor, een 'permission to play'. Dat maakt je niet onderscheidend of uniek. Je onderscheidenheid zit 'm in je toegevoegde waarde. En ik heb altijd geleerd om ook iets te geven, in plaats van alleen maar halen of nemen.

Hoe zorg je voor focus en borgt u de kwaliteit?

Kwaliteit is een kwestie van discipline en goeie checks & balances. Dat zit bij BDO wel snor. Het voordeel van een corporate: BDO heeft een zeer grote en gevarieerde ondersteunende staf, die is belangrijk en houdt de zaak daardoor prima op orde.

Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van uw klantrelatie?

De inzet van technologie. Zoals ik laatst op een intern BDO event zei: "je wilt 24 uur per dag in de broekzak van de cliënt zitten".

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen?

Als gezegd, BDO heeft een zeer gekwalificeerde ondersteuning, waar we op kunnen leunen. Voor mezelf: door deze te volgen, met name via LinkedIn en Twitter.

Klanten stellen steeds hogere eisen m.b.t. sector/branche- en vakkennis. Welke keuzes hebben jullie hierin gemaakt?

"It's all about technology!"

Hoe ervaart u als expert de druk van concurrentie (zowel intern als extern)?

Concurrentie is goed en houd je scherp. Nogmaals, goed zijn is een hygiëne-factor, dus je moet m.i. vooral zoeken naar je onderscheidende kracht en toegevoegde waarde.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja hoe doet u dat?

BDO-breed wordt dit goed gemonitord met

behulp van de ondersteuning en staf. Persoonlijk monitor ik dit door bij tijd en wijlen gewoon even met mijn contact een kop koffie te drinken en bij te praten.”

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

“Het gaat om het grotere plaatje en lange termijn investering. En sowieso moet je mijns inziens nadenken over het business model. Uurtje/factuurtje past niet op alles en is ook niet schaalbaar. Technologie is dat wel.”

Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande

klanten te behouden?

“Eigenlijk heel simpel: interesse tonen en gewoon eens een kop koffie met mensen drinken. De ouderwetse koffie-pitch dus! Daarnaast geloof ik in zichtbaarheid in (social) media.”

Techlawyer en legalconsultant samen met ondernemerschap, hoe organiseert u dit?

“Focus en balans. Dat is overigens makkelijker gezegd dan gedaan ;)”

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

“Als je mensen blij hebt gemaakt met jouw hulp en ondersteuning althans verder hebt kunnen helpen. Ik krijg nog altijd een kick als iemand “dank je wel voor je hulp” heeft gezegd.



Balieplus
voor **advocaten**

LEES MEER

Wie, Wat, Hoe

Casper Jones

Chief Energie & Ontwikkeling bij VBC Notarissen

Kunt in een paar zinnen uzelf en uw organisatie beschrijven?

VBC Notarissen staat voor een omgeving waarin mensen zich kunnen ontwikkelen vanuit hun intrinsieke motivatie als professional én als mens. Ons doel daarbij is het toevoegen van waarde aan onze cliënten en aan de samenleving als geheel.

In mijn rol als Chief Energie & Ontwikkeling staat de vraag centraal hoe we de talenten van mensen verder kunnen ontwikkelen zonder hun energiebalans uit het oog te verliezen. In het verlengde daarvan: hoe kunnen we de collectieve intelligentie binnen de organisatie ontsluiten en optimaal inzetten.

Wat is uw missie voor de komende jaren?

Om het beste te halen uit onze mensen en onze organisatie moeten we op alle terreinen onszelf uitdagen: 'unleash the power within yourself, your team and your organization'.

De kern hiervan is dat je eerst naar jezelf kunt kijken voordat je wijst naar de ander. Dat is niet altijd gemakkelijk. Zeker niet als je geïrriteerd raakt. De antwoorden liggen echter bij jezelf. Een irritatie die je voelt, is een uitnodiging om verder te ontdekken wie je bent. Het is de kunst om voorbij de irritatie te kijken. Ik citeer Bas van der Veldt, CEO van AFAS: "Liefde. Liefde voor de medewerkers en van daaruit liefde voor de cliënten. De rest is overbodig."

Veel kantoren hanteren 'unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar eigenlijk niet echt onderscheidend mee. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen?

VBC is een notarieel powerhouse: een full-servicekantoor met focus op de advies-, transactie- en structureringspraktijk. Wat ons uniek maakt is dat we, mede door onze positie als grootste stand-alone kantoor van Nederland, in staat zijn in de volle breedte een hoog (kennis)niveau van dienstverlening aan te bieden.

De meeste niche- of boutiquekantoren bedienen één marksegment. VBC kent meerdere nichemarkten. Dé bewaker van onze uniciteit is het acquisitieteam. Dit is gevormd uit een dwarsdoorsnede van medewerkers en geeft invulling aan onze positionering en de wijze waarop wij waarde kunnen blijven toevoegen aan cliënten.

Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor?

We maken zoveel mogelijk gebruik van de collectieve intelligentie van onze mensen. Deze intelligentie bundelen we in teams. Zo hebben we bijvoorbeeld een Compliance-team dat niet alleen ervoor zorgt dat we aan wet- en regelgeving voldoen, maar dat actuele en toepasbare kennis over dit onderwerp intern wordt gedeeld zodat collega's dit kunnen inzetten voor zichzelf en voor hun cliënten.

De kracht van de teamgedachte is dat professionals zich aan een team binden vanuit hun intrinsieke motivatie. Zij ontwikkelen zich samen met anderen die deze motivatie delen. Dat geeft energie en voegt meteen veel waarde toe aan heel VBC. Kortom: drie vliegen in één klap. Teams zijn bovendien zelf verantwoordelijk voor de uitvoering van hun ideeën. Dit vergroot het gevoel van eigenaarschap én het voorkomt irritaties tussen bedenkers en uitvoerders, aangezien die één en dezelfde zijn.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste verandering op het gebied van uw klantrelatie?

Nieuwe economische omstandigheden, complexere nationale en internationale wet- en regelgeving, maar ook vragen vanuit de samenleving leiden tot meer complexe cliëntvragen. Denk aan de balans tussen een maatschappij die transparantie eist en de wens van veel opdrachtgevers om privacy en anonimisering; het dilemma van maatschappelijke verantwoordelijkheid en fiscale optimalisering etc. Als notaris kunnen we daar een waardevolle en relevante rol in spelen. Daarvoor zijn kwaliteit, kennisoverdracht en actualiteit onontbeerlijk. Juist in een samenleving en markt waarin klantloyaliteit niet vanzelfsprekend is, vormen lange termijnrelaties het onderscheidend vermogen.

De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen. Dit heeft impact op menig organisatie. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?

Groei is geen doel op zich, maar ontstaat als medewerkers zich persoonlijk en professioneel blijven ontwikkelen. De organisatie groeit daarin mee en zal daarmee blijvend waarde kunnen toevoegen. Onze organisatie-dynamiek weerspiegelt dit uitgangspunt én de marktdynamiek.

Deelname aan markt- en kennisteams is, zoals gezegd, op basis van intrinsieke motivatie en niet vanuit de hiërarchie. Binnen de teams werken de collega's in rollen, niet in functies. Dat geeft een energetische flow die leidt tot snellere en betere resultaten, van intern kennisdelen tot externe publicaties en van productontwikkeling tot participatie in maatschappelijke initiatieven. Het vergt

overigens redelijk veel van de organisatie en de bedrijfscultuur om dit alles te realiseren. Collega's moeten fysiek en cultureel de ruimte krijgen om te ontdekken wat hen energie geeft of juist energie vraagt. Daarvoor stimuleren we hen bijvoorbeeld om zowel intern als extern te sparren met coaches.

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen, kortom hoe houdt u 'de zaak op orde'?

Mensen met daadwerkelijke passie voor hun vak, hun cliënt en hun collega, hebben de natuurlijke behoefte hun kennis over te dragen. Deze intrinsieke motivatie is onze belangrijkste bron. We ontginnen deze door passende structuren te hanteren: kennisteams, het stimuleren van vakinhoudelijke publicaties en publiekgerichte blogs, lezingen, docentschappen, meeschrijven met relevante consultaties, modelontwikkeling etc. En vanuit die motivatie het verder ontwikkelen van iemands talent.

In het verlengde daarvan is de bedrijfscultuur natuurlijk een hele belangrijke aanjager: als het binnen de cultuur vanzelfsprekend is dat je de dingen doet vanuit een intrinsieke motivatie, dan gaat het bijblijven met trends en ontwikkelingen op het gebied waar je werkzaam in bent als vanzelf. Zowel de markt als de samenleving, maar ook de moderne medewerker vragen om notariële professionals die méér kunnen dan een puur juridisch stuk produceren. Daar moeten en willen wij de ruimte voor bieden.

Klanten stellen steeds hogere eisen aan sector/branche- en vakkennis. Hoe ervaart u dit en hoe speelt u hierop in?

Kwaliteitsdienstverlening begint en eindigt

natuurlijk met het humanresourcesbeleid: het stimuleren van kwaliteitsontwikkeling en het bieden van de faciliteiten daarvoor. Ik zie dit als mijn belangrijkste taak. Maar zoals ik al aangaf: cliënten vragen om meer dan alleen traditioneel juridische dienstverlening. Mede daarom gaat onze kennisoverdracht veel verder. Zo houden we binnenkort een seminar over authenticiteit als eigenschap voor succesvolle managers en ondernemers. Daarmee steken we onze nek wat uit; niet iets dat past bij de klassieke notaris. Toch is dat juist wat onze relaties van ons verwachten en dat geheel past in onze zienswijze.

Hoe ervaart u de druk van concurrentie?

Het is natuurlijk een dagelijkse uitdaging om onze positie te behouden, niet eens zozeer als grootste stand-alone kantoor, maar vooral ook als kwaliteitsmarktleider. Werving en behoud van topmedewerkers vergt veel energie, hetzelfde geldt voor het uitbouwen van onze zakelijke praktijk in Amsterdam. In commerciële zin baart me de concurrentie geen wezenlijke zorgen. De uitdaging ligt meer in het voorblijven van de markt in termen van menselijk kapitaal, kwalitatief en cultureel onderscheidend vermogen, slagvaardige organisatie etc. Voor onze praktijk is het belangrijkste concurrentiewapen herkenbare en meetbare kwaliteit.

Prijs(concurrentie) is voor langetermijngroei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit en kijkt u ook naar nieuwe businessmodellen?

Focussen op kortetermijnomzet is een zekere weg om een tegengesteld resultaat te bereiken. Om te bouwen moet je durven loslaten en investeren. Vandaar onze keuze van alweer enkele jaren geleden om te in-

vesteren in een eigen vestiging in het spreekwoordelijke 'hol van de leeuw' aan de Zuidas. Binnen onze focus op de advies-, transactie- en structureringspraktijk ontwikkelen we continu nieuwe concepten.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja, hoe doet u dat?

Belangrijke indicatoren van klanttevredenheid zijn onder andere de duur en veelzijdigheid van de klantrelatie, deelname aan door ons georganiseerde activiteiten en het tot zich nemen van aangeboden informatie, die niet direct hoort bij een actueel dossier. Daarnaast gaan we regelmatig op eigen initiatief het gesprek aan met de klant over de dienstverlening,

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

Innovatie komt met name uit de teams, zowel vakinhoudelijk als wat betreft klantconcepten. Dat vergt inderdaad in eerste instantie budget in tijd of geld, maar is anderzijds een basisvoorwaarde om in een snel veranderende markt relevant te blijven. Wie niet durft te investeren in innovatie, redt het uiteindelijk niet.

Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe cliënten te werven en/of bestaande cliënten te behouden?

Binnen langetermijnklantrelaties is, zeker in de markten waar wij ons op richten, buitengewoon veel mogelijk in cross selling en het verdiepen van de klantvraag. Klantbehoud begint en eindigt met kwaliteit in dienstverlening en authenticiteit in de

persoonlijke relatie. Vanuit deze uitgangspunten ben ik van mening dat ook business development authentiek moet zijn en gebaseerd op daad-werkelijke klantbehoeften. Dat mag overigens ook als deze behoefte nog niet actief wordt beleefd door de klant. Je opdrachtgever vóór zijn in het signaleren van trends en daar met innovatieve concepten op inspelen is in mijn visie óók klantgerichtheid, geen platte commercie.

Notaris en ondernemerschap, hoe ziet u dit?

Relevant leiderschap in het notariaat is enerzijds actief gebruikmaken van persoonlijke kernkwaliteiten, anderzijds je beperkingen erkennen en daar ondersteuning voor vinden. Kortom, leiderschap op competenties.

Sterke aanvoeders durven zich kwetsbaar op

te stellen, maar weten ook wanneer ze het voortouw moeten nemen. Dat geldt voor traditionele rollen in strategiebepaling, finance en dergelijke, maar ook en vooral in bedrijfs-culturele zin.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Een geslaagde dag is een dag waarin ik collega's heb zien groeien. Een gedurfd initiatief van een junior, een pittige discussie binnen een team waarin collega's tegen elkaar opbieden in creativiteit, een cliënt die dankzij het grondige voorwerk van een medewerker met nèt even een betere oplossing naar huis gaat dan de standaard.

Op zo'n dag doen we het als dienstverlener goed en weet ik dat ik het als facilitator van persoonlijke, organisatorische en professionele ontwikkeling goed heb gedaan.

De Zaak op Orde

wordt mede mogelijk gemaakt door:



Inspiratie, trends en ontwikkelingen voor zelfbewuste advocaten en notarissen!

Wie, Wat, Hoe

Edith Molemans

Kantoordirecteur en advocaat arbeidsrecht bij Boontje advocaten

Als u in een paar zinnen beschrijft wie en wat Boontje Advocaten is en uniek maakt. Wat zou u dan zeggen?

Boontje Advocaten richt zich, als een van de eerste nichekantoren, uitsluitend op het arbeidsrecht en hanteert de Arbeidsrecht Plus Formule. Iedere advocaat heeft, naast algemene kennis van het arbeidsrecht, een of meer bijzondere aandachtsgebieden binnen het arbeidsrecht. Dankzij deze ver doorgevoerde specialisatie kunnen wij een grote mate van expertise aan onze cliënten bieden. We hebben met deze formule een modus gevonden om het verschil te maken. Een client krijgt niet 1 specialist, maar 24 specialisten (zoveel advocaten werken hier op kantoor) tot zijn/haar beschikking. Samenwerken is 'key' binnen kantoor. Wij vinden persoonlijke ontwikkeling van de medewerkers allesbepalend alsmede een gedegen, professionele en duurzame uitstraling naar buiten toe. Daar probeer ik in mijn rol als kantoordirecteur een stempel op te drukken.



Wat is uw missie voor de komende jaren (hoe ziet uw toekomst eruit en wat zou u graag met uw kantoor willen bereiken de komende jaren?)

Ik ben zo ongeveer vanaf de oprichting van kantoor betrokken bij Boontje Advocaten, nu bijna 18 jaar geleden. Wat is mijn missie voor de komende jaren? Ik wil mezelf en kantoor de komende jaren blijven uitdagen. We willen niet vervallen in een dertien in het dozijn advocatenkantoor. Het is een doorlopend proces om uitdagingen te zoeken en vinden. De belangrijkste doelstelling voor mij is om onze medewerkers en mensen in het algemeen te verbinden, motiveren en ontwikkelen. Dit kan onder andere door middel van de inzet van nieuwe producten en nieuwe vormen van dienstverlening zoals mediation(-advocatuur).

Veel (niche)kantoren hanteren vergelijkbare 'Unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit te borgen en te verhogen?

Zoals hiervoor aangegeven hanteren we de zogeheten Arbeidsrecht Plus Formule. Deze formule blijven we ontwikkelen (verdiepen / verbreden) intern en naar buiten toe. De client krijgt de beste advocaat voor de 'job'. De uber specialist. Zo wordt een client geserved door ons hele kantoor. Boontje is daarmee de 'logische keuze' voor alle soorten arbeidsrechtelijke issues. We zijn sparring partner, betrokken, inhoudelijk sterk en praktisch. We zoeken voor een arbeidsrechtelijk conflict de beste oplossing op de voor partijen beste manier (als advocaat of mediator). Educatie, intern en extern, gericht op veranderingen in de markt alsmede een blik naar de toekomst, is daarbij key. We zoeken medewerkers die deze boodschap omarmen.

Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor? Kortom, hoe houdt u De Zaak op Orde?

Interne educatie is belangrijk alsmede het stimuleren van zelfontplooiing. We zoeken authentieke, ondernemende advocaten die het verschil willen maken. En niet alleen de advocaten zijn belangrijk; al onze medewerkers zijn belangrijk voor het neerzetten van het product 'Boontje'.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van uw klantrelatie?

Meer en meer zul je als advocaat / jurist je toegevoegde waarde moeten laten blijken door creatief te zijn. Clienten kunnen c.q. weten steeds meer zelf, zullen steeds meer participeren doordat er meer transparantie is.

Snelheid van handelen en informatie verschaffing aan client zijn belangrijk. Denk aan de dokter. Vroeger kwam je bij de dokter met een uitleg van de symptomen en kwam de dokter met een diagnose. Tegenwoordig kom je als patient bij de dokter > volgens mij heb ik deze aandoening; klopt dat? Het is belangrijk om de advocaten te trainen om de juiste vragen te stellen en zich goed en snel in te leven in de client. Wij kunnen als de uberspecialist het laatste puzzelstukje verzorgen. Wij moeten zorgen voor de juiste inzichten, de juiste vragen stellen, het in kaart brengen van de belangen. Mediation zien we dan ook als belangrijk aanvulling op de huidige praktijk.

De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?

De productrange uitbreiden, zelfs in een, relatief, klein vakgebied als arbeidsrecht. Denk hierbij aan het (mede)ontwikkelen van nieuwe AI producten zoals Lexalyse, een data analyse tool. Maar ook de ontwikkeling van extra subspecialismen en het verdiepen van bestaande subspecialismen. Bovendien zullen we anders naar conflicten moeten kijken. Daardoor kunnen we nieuwe markten blijven aanboren en de bestaande portefeuille blijven uitbreiden

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen? Hoe gaat u om met het aanbod om deel te nemen aan innovatietafels met concurrente collega's?

De belangrijkste bron om bij te blijven met trends in de branche (blik van binnen naar buiten) is het deel nemen aan diverse overleggen, zoals het Amsterdamse kantorenoverleg en de Innovatietafel. Informatie delen is key. Veel advocaten lopen tegen dezelfde

zaken/dilemma's aan. Daarnaast houd ik diverse tijdschriften bij. Recent heb ik meegedacht aan de ontwikkeling van een nieuwe business opleiding van OSR Juridische Opleidingen voor advocaten. Tot slot spar ik met een coach die van buiten de advocatuur komt> hij zorgt voor een frisse blik van buiten naar binnen

Klanten stellen steeds hogere eisen aan juridische dienstverleners betreffende sector/branche- en vakkennis. Hoe ervaren jullie dit en hoe spelen jullie hierop in?

Cliënten verlangen inderdaad meer, stellen hogere eisen zowel qua vakkennis als qua geleverd product. Belangrijk blijft het dus om door middel van een goed cliëntencontact in te spelen op de behoefte van diezelfde cliënt. Ook feedback intern op bepaalde zaken zal de professionaliteit naar buiten toe alleen maar verhogen. De advocatuur is een inhaal-slag aan het maken qua transparantie en commerciële activiteiten en aangeboden product. De interne organisatie moet goed op orde zijn en continue de technologische ontwikkelingen bijhouden en het liefst erop vooruit lopen. Een van de activiteiten die we ontplooiën is in te zetten op mediation. Minder zaken die bij de rechter komen, meer buiten rechte opgelost. Hoe goed is het voor de client om buiten rechte tot de beste oplossing te komen. Wij hebben een apart team die advocaat zijn en mediator en de mediation advocatuur bedrijven.

Hoe ervaart u de druk van concurrentie? Zoals in ieder bedrijf is er sprake van interne concurrentie. De vraag is of het gezonde concurrentie is. Het is onze taak om te zorgen voor duidelijkheid over verwachtingen en prestaties van onze medewerkers. Korte lijnen

zijn belangrijk. Binnen het arbeidsrecht zijn er vele spelers te vinden. Wij proberen het verschil te blijven maken, door de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten.

Prijs(concurrentie) is voor lange termijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit en kijken jullie ook naar nieuwe business modellen?

We blijven toetsen of onze tarieven marktconform zijn en tariefstructuur vernieuwend is. Maar we zien het absoluut niet als lange termijn instrument. Wij moeten er dus voor zorgen dat ons product uniek, professioneel en goed geprijsd is. Daarnaast is het belangrijk om aan de 'achterkant' het businessmodel te borgen. Dit heeft zeker onze aandacht.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten?

Geregeld wordt feedback opgehaald bij de client door onze advocaten. Binnenkort volgt een meer omvangrijke klantevaluatie; voor deze opzet worden begeleid door een hierin gespecialiseerd bedrijf.

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

Vernieuwingen zijn cruciaal in deze tijd. Zowel op het gebied van interne organisatie alsmede op het gebied van de ontwikkeling van nieuwe diensten en producten. Een goed contact met de cliënt is en blijft cruciaal. Er wordt ruimte gemaakt voor de ontwikkeling van vernieuwingen. We staan daar open voor (ook al kost het geld. Het investeren in nieuwe subspecialismen en diensten waaronder mediation. Ons devies: beter een bootje keren dan een tanker.

Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande klanten te behouden?

We zetten verschillende middelen in om cliënten te behouden en nieuwe cliënten te werven; op dit moment zien we vooral toegevoegde waarde in het meer focus aanbrengen en duidelijke keuzes te maken.

Kantoordirecteur & Advocaat Arbeidsrecht hoe ziet u dit?

Ik oefen een combinatiefunctie uit van kantoordirecteur en advocaat. Vanuit deze rol zorg ik voor continuïteit en stabiliteit in een altijd veranderende (kantoor)omgeving, met oog voor de mensen. Ik heb de leiding over de dagelijkse gang van zaken op kantoor en stemmen verschillende thema's op elkaar af, zoals HRM, acquisitie, marketing, IT-projecten en de communicatie. Als kantoordirecteur ben

ik lid van het dagelijks bestuur. Ik ontzorg de partners en zorg ervoor dat de advocaten en ondersteunend personeel het werk optimaal kunnen doen. Hierbij aangetekend dat ik als advocaat op de hoogte ben van de inhoudelijke kant van het vakgebied, waardoor ik voor de partners en advocaten een volwaardig gesprekspartner ben.

Kantoordirecteur en advocaat zijn is een moeilijk te combineren geheel. De focus ligt op dit moment meer op de functie van kantoordirecteur en als advocaat heb vooral een signaleringsfunctie.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Als iedereen en kantoor optimaal functioneert, waarbij ieder zoveel mogelijk is zijn/haar kracht staat. Ik geloof sterk in de gedachte dat je met elkaar verder komt dan alleen. Als dit na een dag bevestigd wordt, is mijn dag geslaagd.

De Zaak op Orde

wordt mede mogelijk gemaakt door:



Inspiratie, trends en ontwikkelingen voor zelfbewuste advocaten en notarissen!

Wie, Wat, Hoe

Alice Stähler

Partner by Hessels Langeveld | The Leadership Academy

Als u ergens binnenkomt hoe beschrijft u zichzelf en welk onderwerp is vooral uw domein?

Ik stel me voor als partner van The Leadership Advisory en als (onboarding)coach. Ik coach al jaren op boardroom/ executive niveau. Daarnaast heb ik me specifiek toegelegd op het domein van onboarding en in die hoedanigheid begeleid ik ook net aangestelde executives (COO – CFO – CEO- directeuren etc.).

Wat is uw missie voor de komende jaren?

Mijn missie is dat iedere net aangestelde executive slaagt in zijn/ haar functie en, op basis van authenticiteit en empowerment een inspirerende, aspirerende en unieke bijdrage levert aan de organisatie waar men voor werkt.

Veel organisaties hanteren vergelijkbare 'Unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat betekent dit voor uw onderwerp en wat moet men vooral doen om de eigen identiteit te borgen en te verhogen?

TheLeadershipAdvisory is uniek omdat wij in de keten van instroom-doorstroom-uitstroom alle activiteiten begeleiden. Van executive search, tot people due diligence, individuele en groepscoaching, etc.

Mijn eigen unique selling point is dat ik, na jarenlang aan de top te hebben gewerkt van een aantal grote AEX-beursgenoteerde ondernemingen, het klappen van de zweep uit de ervaring ken. Ik weet als geen ander waar een net aangestelde executive tegenaan loopt. Ik heb alle fouten gemaakt waarvan ik

hoop dat mijn coachees ze niet gaan maken. Ik heb het meeste geleerd van mijn fouten en die lessen geef ik graag door.

Hoe borgt u de kwaliteit binnen uw eigen organisatie? Wat zijn de verschillen en overeenkomsten als u terugkijkt met uw ervaring in de markt. Kortom, hoe houdt u De Zaak op Orde?

Door intervisie, een-leven-lang ontwikkelen en leren, lezen en observeren hou ik mijzelf scherp. Dat doen alle collega's binnen onze organisatie ook.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van binding met uw klantrelatie?

De hele keten van executive search gaat veranderen. Ik sluit niet uit dat executive search zelfs gaat verdwijnen. Daarnaast gaan momenteel heel veel managementfuncties verloren door dat organisaties en bedrijven kiezen voor agile georiënteerde bedrijfsstructuren. Bedrijven worden platter, minder functioneel gestuurd, wendbaarder. Dit heeft voordelen voor de organisaties maar heeft nadelen voor de individuele carrières van medewerkers. Ik verwacht dat bedrijven ook aanzienlijk minder gaan investeren in de ontwikkeling van mensen en coaching een luxe wordt. Tot slot verwacht ik binnen twee jaar een wereldwijde recessie die heftiger zal zijn als die we hebben gezien in 2008, met veel gevolgen voor mijn branche.

Wat is de rol van onboarding als onderdeel van een geslaagde transitie? Wat kunnen topmanagers verbeteren als ze het belang hier van inzien?

Op dit moment mislukt 40% van alle net aangestelde managers en executives binnen 18 maanden na aanstelling. Een zeer kostbare zaak voor mens en onderneming en dan heb ik het niet alleen over de financiële gevolgen. Een goede onboarding kan de slagingskans in de functie evenwel aanzienlijk verbeteren. Toch zien veel bedrijven het directe nut niet in van onboarding. “Ze moeten zich maar aanpassen en opgaan in de organisatie”. Zij gaan voorbij aan de sociale- culturele en politieke dimensies die een rol spelen bij een nieuwe aanstelling.

Prijs(concurrentie) is voor lange termijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit in het licht van uw specialisme en kijken jullie naar nieuwe business modellen?

Wij concurreren nooit op prijs. Wij leveren kwaliteit en die kent een vaste prijs. Zie ook mijn eerdere opmerkingen over de toekomst. Wij zijn volop bezig met het opstellen van nieuwe businessmodellen voor de toekomst.

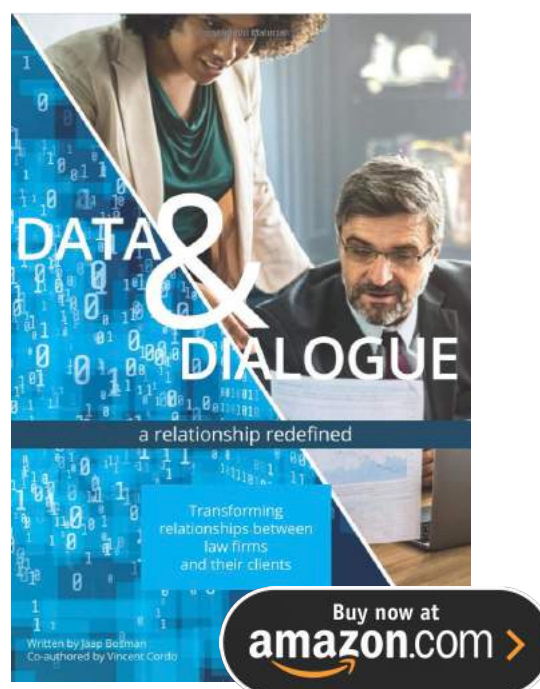
Hoe kijkt u, als ervaren Chief HR Officer met een bewezen geschiedenis in de luchtvaartindustrie, de gezondheidszorg en telecom, naar de advocatuur en notariaat en wat zou er moeten veranderen op het gebied van diversiteit en inclusie?

De advocatuur en notariaat hebben onvoldoende in de gaten dat het huidige businessmodel binnen een paar jaar volledig zal veranderen, onder andere door artificial intelligence en de enorme mogelijkheden die de verdergaande digitalisering biedt. Zowel de advocatuur als het notariaat werkt te veel met de blik naar het verleden en niet naar de toekomst.

Ik heb geen cijfers ten aanzien van diversiteit en inclusie in de advocatuur en notariaat maar vermoed dat hier dezelfde situatie geldt als overal in Nederland. Beide onderwerpen kennen een achterstand en zullen middels gerichte actie moeten worden bijgesteld.

Tot slot: Welke vraag moet men vooral aan u stellen & welke boodschap wilt u vooral hier over het voetlicht brengen?

Ik hoop dat men kritisch is ten aanzien van onboarding en mij de vraag stelt waarom onboarding nu zo belangrijk is en wat binnen onboarding het belangrijkste onderwerp is. En ik wil vooral meegeven dat iedereen onboarding in de eerste periode nodig heeft en dit niets te maken heeft met de eigen capaciteit en/of ervaring. Maar iemand kan een topper zijn in een organisatie maar teleurstellen in de volgende. De beste voetballers mislukken soms na een transfer. Dat is geen wet van meden en perzen maar een fenomeen dat te voorkomen is.



Wie, Wat, Hoe

Willem Leppink

Advocaat, partner bij Ploum



Als u in een paar zinnen beschrijft wie en wat Ploum – Rotterdam Law Firm is en uniek maakt. Wat zou u dan zeggen?

Bij Ploum geloven wij dat cliënten in heldere taal willen horen wat de beste oplossing is, de ondernemersoplossing. Dat is naar ons idee de oplossing die werkt en vertrouwen geeft voor de toekomst. Juridische kennis is daarbij de noodzakelijke basis, maar het zakelijk instinct is de kracht. Dat maakt het kantoor waar ik mij thuis voel. Het maakt ons de partner in business van onze cliënten. Wij zijn een kantoor uit Rotterdam met een Rotterdamse aanpak, pragmatisch en scherp, en zijn er voor cliënten in Nederland en daarbuiten. En dat is precies waar ik mij als advocaat intellectuele eigendom thuis voel. Ik ben nu 25 jaar advocaat en tien jaar geleden overgestapt van de “grote kantoren” naar Ploum. Ik heb voor die overstap veel geleerd, zowel op inhoud als qua organisatie en opbouwen van een internationale praktijk. Bij Ploum heb ik veel meer over ondernemen geleerd. De basis die ik heb opgebouwd komt gek genoeg beter tot zijn recht bij Ploum. Ik heb een sterke overtuiging, maar geloof in de kracht van het team en ook de diversiteit van het team. Dat houdt ook in het opleiden van mensen want anders blijf je alleen over. Een team opbouwen is een kwestie van lange adem, maar het helpt de kwaliteit en de lol in je werk op de korte termijn en dus uiteindelijk je zakelijk succes.

Wat is uw missie voor de komende jaren en wat is uw grootste uitdaging de komende jaren?

Onze missie is om wie wij zijn verder uit te bouwen. Pragmatisch en scherp is iets waarmee wij onze cliënten verder kunnen en willen helpen. Daarbij horen het aanbieden

van oplossingen die passen bij wat onze cliënten nodig hebben. Wij hebben duidelijk een missie met een horizon van 10 jaar. Daarbij hoort het ervoor zorgen dat de opbouw in de partnergroep toekomstbestendig is. Dat betekent dat achter iedere “seniorpartner” een “juniorpartner” moet komen. Uitdaging zal zeker de war on talent zijn, maar wij merken dat wij daar door onze uniciteit goed op inspelen. De kracht zit ‘m in gezamenlijke waarden, maar ondersteund door praktijken met een eigen kracht. Mijn missie is daarbij te helpen, ook door zelf het goede voorbeeld te geven en anderen te helpen. Ik heb mijn zwakke kanten, maar ook zeker mijn sterke kanten en wil vooral kantoorbreed anderen helpen met waar ik goed in ben. Mijn uitdaging is zorgen zelf niet ondergesneeuwd te raken.

Veel kantoren hanteren vergelijkbare ‘Unique selling points’ en ‘unique value points’, maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit te borgen en te verhogen?

Wij blijven heel dicht bij onszelf. De Ploum aanpak komt uit een onderzoek dat voorafging aan onze reclamecampagne. Wij hebben daarmee ons DNA in kaart gebracht en samen met ons bureau beeldtaal ontwikkeld. Die beeldtaal die overal intern en extern terugkeert, was de basis voor onze campagne, die eerder dit jaar in de prijzen is gevallen. Die beeldtaal heeft intern het effect gehad dat iedereen in eigen woorden kan vertellen wie wij zijn als kantoor. Wij hanteren dus geen USP maar zijn onze USP. Mijn eigen ding is het grotere plaatje, wat wil de cliënt bereiken en waarom? Bij intellectuele eigendom opereer je in de sterk geharmoniseerde Europese omgeving en werk je samen met

mensen wereldwijd. Ik voel mij al heel lang een Europese advocaat en handel daarnaar. Met mijn team coördineren wij pan-Europese merkhandhavingsprogramma's en helpen wij cliënten met het verkrijgen van EU-merken. Als je dat goed doet, denk je Europees. Dan stel je je de vraag of de cliënt niet veel meer gebaat is bij een ex parte-verbod in Duitsland dan bij een kort geding in Nederland. Ik breng dat qua filosofie ook echt over op anderen en spreek anderen erop aan als zijn echt elke zin beginnen met "In the Netherlands ..". Ik ben trots op Nederland, maar juist omdat het deel uitmaakt van een grotere wereld er omheen. Het werk gaat nog veel internationaler worden, ook als je niet tot de magic circle behoort. Het is prima om onderaannemer van een buitenlandse advocaat te zijn, maar om jezelf serieus te nemen, moet ook veel de hoofdaannemer willen zijn.

Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor?

Kortom hoe houdt u De Zaak op Orde?

De uniciteit van Ploum maakt het makkelijker om mensen aan te trekken. Starters zijn op zoek naar een kantoor waar zij uitgedaagd worden. Wij hebben gemerkt dat de starters die wij zoeken bij de magic circle vaak niet de zelfstandigheid en zingeving kunnen vinden en bij de boutiques niet de sociale cohesie kunnen vinden waar zij naar op zoek zijn. Als advocaat-stagiaire in de rechtszaal staan, leren van de breedte van een full-servicekantoor en een toch de gezelligheid hebben van een grote groep leeftijdsgenoten. Dat spreekt, tezamen met de mooie klanten die wij hebben en de vraagstukken waar wij over mogen adviseren, aan. Door kantoor heen stimuleren wij samenwerking door focus op sectoren en thema's en door incentives op verschillende terreinen. De omvang van kantoor helpt erbij

dat niemand een nummer is en iedereen veel opleidingsaandacht krijgt.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van uw klantrelatie?

Je moet als kantoor veranderen om hetzelfde te blijven en te bouwen op de kracht die je in huis hebt. Veel verandert, maar de rol van trusted adviser zal blijven. De lessen van de afgelopen 25 jaar laten zien dat vooral midden en tempo veranderen, maar dat cliënten nog steeds behoefte hebben aan duiding. Waarover zij duiding willen hebben en in welke vorm verandert. Het werk wordt steeds hoogwaardiger. Laagwaardiger werk wordt steeds meer geautomatiseerd (artificial intelligence) of uitbesteed naar alternatieve dienstverleners waarmee wij niet kunnen en willen concurreren.

De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, dit heeft impact op menig organisatie. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?

Door mee te bewegen en waar het kan voorop te lopen met deze trends en tegelijkertijd dichtbij het eigen DNA te blijven. Dat houdt in meedoen aan aanbestedingen en pitches, maar wel op een creatieve manier en zonder aanbiedingen te doen die "too good to be true" zijn. Langduriger relaties zijn gebaseerd op een economische realiteit en goede waardeproposities. Wij zijn steeds meer cliënten die dat uitspreken.

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen?

Door de breedte van kantoor zitten wij goed in

de breedte van onze cliënten. Wij weten wat er speelt en delen die informatie gestructureerd met elkaar. Wij hebben één vestiging en een intens sociaal contact waardoor wij snel met elkaar schakelen en elkaar dus ook veel vertellen. Ieder voor zich houdt die trends en ontwikkelingen bij, niet in de laatste plaats door de rol van trusted advisor. Zelf ben ik door mijn praktijk veel in het buitenland en heb ik heel veel internationale cliënten. Niet alleen leer ik daardoor veel over de inhoud van mijn werk, want echt nieuwe inhoudelijke vragen komen juist vaak uit het buitenland, maar juist ook wat de cliënten van je verwachten.

Bij intellectuele eigendom lijken dingen altijd eerder te gaan spelen. Dik tien jaar geleden begonnen onze IE-clieñten op grotere schaal te vragen onze declaraties in te voeren in elektronische billingssystemen zoals CounselLink en Serengeti (nu Thomson Reuters Legal Tracker). Mensen om mij heen vroegen of wij echt voor zulke cliënten wilden werken als dat zo veel gedoe was. En nu is het doorgedrongen in vrijwel alle praktijken. Cliënten stellen nu veel eisen op het format waarin wij “ons werk aanleveren”. Een trend is nu dat je rechtstreeks informatie gaat invoeren in de systemen van je cliënten. Los daarvan probeer ik ook de trends die breder van belang zijn bij te houden, bijvoorbeeld door naar Lexpo te gaan en deel te nemen aan een innovatietafel over vernieuwing in de advocatuur.

Klanten stellen steeds hogere eisen aan juridische dienstverleners betreffende sector/branche- en vakkennis. Hoe ervaren jullie dit en hoe spelen jullie hierop in?

Wederom geldt hier dat ons DNA maakt dat wij de rol van trusted adviser vervullen en

daardoor vanzelf meegroeien met die hogere eisen. Het gaat spelenderwijs en door ons interne cohesie en betrokkenheid ook van jongere medewerkers kunnen wij de organisatie daarin meenemen. Wij zien zelfs dat wij kijken naar de eisen van de cliënten die het meest voorop lopen en die ook al toepassen bij cliënten die daar nog niet mee bezig zijn.

Hoe ervaart u de druk van concurrentie?

Concurrentie houdt scherp. Wij zijn allemaal zo competitief ingesteld, dat wij die concurrentie leuk vinden. Tegelijkertijd worden wij er niet nerveus van. Wij focussen op onze cliënten en merken dat door dicht bij onszelf te blijven je minder snel inwisselbaar wordt voor een concurrent.

Prijs(concurrentie) is voor lange termijn-groei vaak niet het beste instrument. Hoe ziet u dit en kijken jullie ook naar nieuwe business modellen?

Uiteindelijk is iedereen op zoek naar het betalen van reële economische waarde voor de te verlenen diensten. Cliënten zijn daar ook steeds duidelijker over. Het werk moet toegevoegde waarde hebben en je moet als kantoor ook niet blij zijn met werk waarin je geen toegevoegde levert. Door vast te houden aan de rol van trusted adviser en op zoek te zijn naar steeds hoogwaardiger werk, blijven veel cliënten graag reële uurtarieven betalen. Daarnaast blijven wij werken met reële alternatieven, waaronder lagere tarieven voor bepaald commodity work, caps, abonnementen en fixed fees.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja hoe doet u dat?

Ook hier helpt de rol van trusted adviser. Relaties worden vaak breder gedragen binnen kantoor, waardoor het makkelijker is het gesprek aan te gaan over de waarde van de dienstverlening. Wij stellen het zelf vaak ook aan de orde in evaluatiegesprekken. Daarnaast zijn wij bezig om deze toegevoegde waarde gecentraliseerd te gaan meten.

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

Innovatie gaat zo snel. Partners in praktijken die innovatie links laten liggen vallen meteen op. Daardoor wordt iedereen wel gedwongen om een noodzakelijk aantal uren aan innovatie te besteden. Wij nemen dat ook mee in de partnerbeoordelingen. En let op... innoveren doe je niet alleen op het gebied van IT.

Welke activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande klanten te behouden?

Ook hier is de rol van trusted adviser weer essentieel. Een warm contact met cliënten leidt veelal tot aanbevelingen bij anderen. Ook zaakgevers binnen cliënten die overstappen

naar andere bedrijven, zijn een belangrijke bron voor nieuw werk. Daarnaast is kennisoverdracht, zowel op eigen seminars als extern, een belangrijke vorm van marketing en business development, los van gewoon je werk heel goed doen!

Advocaat & partner samen met ondernemerschap, hoe ziet u dit?

Dat blijft altijd een lastige balans. Het is ook vaak balanceren tussen de korte en de langere termijn. Als advocaat leef je als je niet oppast snel voor de korte termijn. Dat is ook logisch, want het lijkt alsof je niet hoeft te plannen, je hoeft alleen je praktijk te managen. De ballen komen je kant op, je moet alleen denken hoe hard schop ik welke bal welke kant op. Daarom moet een advocaat en ondernemer vaker gedwongen worden stil te staan bij die langere termijn. Hoe moet het mijn praktijk en met kantoor over twee, vijf en tien jaar? Een korte tijd per week en een paar keer jaar echt gestructureerd daarmee bezig zijn, helpt.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Wanneer een cliënt tevreden is en dat ook zegt.



Balieplus
voor **notarissen**

LEES MEER

Wie, Wat, Hoe

Alrik de Haas

Strafrechtadvocaat bij OMVR advocaten

Als u in een paar zinnen beschrijft wie en wat OMVR is en uniek maakt. Wat zou u dan zeggen?

De advocaten van OMVR staan voor het belang van de cliënt, dat gaat voor alles. Het is onze taak om partijdig te zijn. Wij vertalen juridische vraagstukken naar begrijpelijke adviezen. Daarbij zoeken wij samen naar een passende oplossing.

En procederen? Alleen als het echt noodzakelijk is!

Het recht is uitgebreid. Iedere advocaat van OMVR is dan ook gespecialiseerd in een eigen rechtsgebied. Dus waar de cliënt ook tegenaan loopt: wij hebben de juiste deskundige in huis. De advocaten van OMVR zijn uitstekend bereikbaar. Laagdrempelig en persoonlijk contact vinden wij belangrijk.

Ik ben strafrechtsspecialist, binnen OMVR en van daaruit sta ik ondernemers en particulieren bij in strafzaken door het hele land. NB Zie mijn bio.

Wat is uw missie voor de komende jaren (hoe ziet uw toekomst eruit en wat zou u graag met uw kantoor willen bereiken de komende jaren ?

De komende jaren wil ik mijn specialisme nog meer doorontwikkelen. In het bijzonder het zgn. herstelrecht concreet toepassen in zaken die zich daarvoor blijken te lenen. Mijn uitdaging is te ontdekken hoe dat ook in het bijzonder strafrecht en TBS een plek kan krijgen ten dienste van de cliënt en uiteindelijk de samenleving.

Veel (niche)kantoren hanteren vergelijkbare 'Unique selling points' en 'unique value points', maar zijn daar niet echt mee onderscheidend. Wat doet u om uw eigen identiteit te borgen en uniciteit te verhogen?



Wij hebben binnen ons kantoor vele specialisten in huis. Veel ingewikkelder zaken bestrijken meerdere rechtsgebieden, wij werken dan met elkaar samen in een team. De cliënt behoudt een persoonlijke sparringpartner, in grotere kanten is dat tegenwoordig lang niet altijd meer een vanzelfsprekendheid.

Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor? Kortom, hoe houdt u De Zaak op Orde?

Iedere advocaat binnen OMVR is specialist of ontwikkelt zich tot specialist (in de omgeving van specialisten). Zelf ben ik gepassioneerd in alles wat met strafrecht heeft te maken, daardoor houd je 'als vanzelf' je vakgebied dagelijks bij. Daarnaast ben ik lid van diverse specialisatieverenigingen en ik onderhoud wereldwijd netwerkcontacten. In het bijzonder helpen mijn docentschappen voor diverse instellingen en organisaties dat ik 'boven de stof blijf staan'.

Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste veranderingen of trends op het gebied van uw klantrelatie?

Toenemend belang sparringpartner zijn in een persoonlijke relatie tot de cliënt; toenemend belang adviespraktijk (hoe voorkom ik strafwaardig gedrag); toenemend belang van inzet van skills naast cognitie (grondige juridische kennis), in verhouding tot de cliënt en tot de professionals in het strafrecht met wie je te maken krijgt; ter voorkoming van strafrechtelijke vervolging of ter beïnvloeding van de rechter om een bepaalde strategie uiteindelijk te kunnen bereiken.

De marktdynamiek is de laatste jaren aanzienlijk toegenomen, dit heeft impact

op menig organisatie. Hoe voorziet u in deze dynamiek een bestendige groei?

Door volop specialisme door te ontwikkelen en daarnaast jezelf te blijven als betrouwbare sparringpartner voor de cliënt. De cliënt zoekt dat en is dan bereid verder te zoeken dan op de eigen vierkante meter.

Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven met de trends en ontwikkelingen?

Vakbladen (o.a. Nieuwsbrief Strafrecht), zakelijke accounts o.a. Twitter en LinkedIn. Uitwisseling via specialistisch netwerk van bronnen/vindplaatsen.

Ontwikkeling van de jurist van de toekomst? Zie mijn visie: <https://www.mr-online.nl/hoe-we-de-jurist-van-de-toekomst-kunnen-opleiden/>

Klanten stellen steeds hogere eisen aan juridische dienstverleners betreffende sector/branche- en vakkennis. Hoe ervaren jullie dit en hoe spelen jullie hierop in?

Dat is zeker een ontwikkeling, wij groeien hierin mee met de tijd en de zakelijke bewegingen op de markt. Wij doen dit o.a. door nauw contact te onderhouden met de cliënten, tijdens de behartiging van de belangen in de zaak maar ook meer algemeen door bijv. regelmatig organiseren van seminars. Vb: <https://www.bedrijvenkringermelo.nl/nieuwsbrief/nieuwsbrief-2-d.d.-7-maart-2018> . Op meer individueel niveau ben ik lid van o.a. Lions, zo sta je nauw in contact met andere beroepsbeoefenaren in de samenleving en dat verruimt je scope.

Hoe ervaart u de druk van concurrentie?

Ik ervaar niet tot nauwelijks concurrentie, zie m.n. hiervoor onder ad 6. Door specialist te zijn binnen het straf(proces)recht en de combinatie met herstelrecht, alsmede je eigen persoonlijkheid, bied je een uniek pakket aan dat een bepaalde klantenkring trekt.

Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten?

Wij staan in nauw contact tot de cliënt, tijdens de 'zaak' is er open communicatie zodat automatisch merkbaar is hoe het zit met de tevredenheid op diverse onderdelen. Wij behartigen ook zaken voor verzekeraars, van daaruit wordt ook met enquêtes de tevredenheid bijgehouden en waar nodig wordt daarop geacteerd.

Inzet op vernieuwing is noodzakelijk maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?

Ik heb een 24/7 mentaliteit, daarbij werk en ontspan ik op momenten dat dat kan c.q. nodig is. Bepaald dus geen 8 tot 5 mentaliteit, zodat innovatie o.a. voortdurend de aandacht krijgt die nodig is, uiteindelijk in het belang van de cliënt.

Welke marketing en business development activiteiten vindt u het meest effectief om nieuwe klanten te werven en/of bestaande klanten te behouden?

Whatsapp gebruik ik veelvuldig, alsmede (in de basis) persoonlijk e-mailcontact zeker bij alle belangrijke momenten die in een zaak spelen. Ik neem de cliënt als het ware voortdurend als samenwerkingspartner mee in de strategische keuzes die worden gemaakt en uitgevoerd, uiteraard voor zover de cliënt

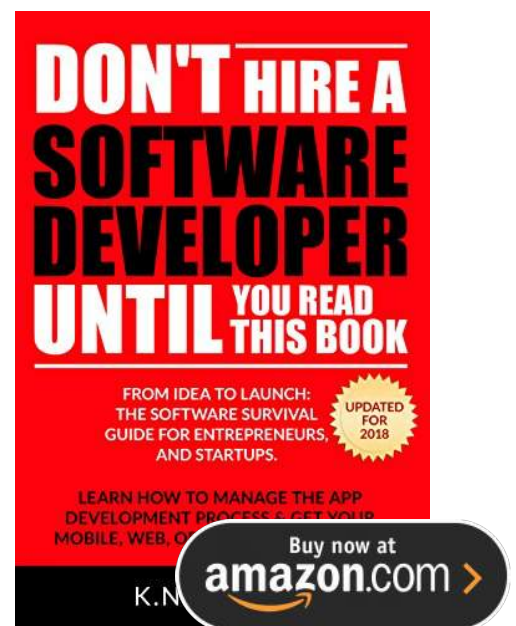
daartoe in staat is en hiervoor open staat en op zijn of haar 'niveau'.

Advocaat en hoofddocent waar ligt de komende tijd uw hart en accent?

Voor mij gaat dat samen. Het hoofddocentschap is een voortdurende nevenfunctie c.q. taak, maar in de basis ben ik blijf ik voorlopig strafrechtadvocaat. Het een versterkt het ander v.v. Zo is dat sinds 2013 volop gebleken.

Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?

Mijn dag is geslaagd als ik voor de onderneming c.q. de persoon die ik bijsta 'meters heb gemaakt'. Soms zijn dat kleine stappen, zolang het maar maatwerk is en in de gewenste richting. Het mooiste is als je betekenis hebt kunnen geven, door een belangrijke sparringpartner zijn, die hands-on heeft bijgedragen om het verschil te maken. Wat dit concreet betekent verschilt per zaak en om wie het gaat. Soms is een dosis vechtlust nodig, soms vooral diplomatie. Dat maakt het ook echt een vak en vaak zo mooi.





Bedrijfskundige kracht in de juridische dienstverlening

Veel professionals in de juridische sector ervaren een niet aflatende stroom berichten dat het anders moet. Waarom en hoe is niet altijd voor iedereen duidelijk. Veel van onze relaties vertellen ons dat ook en vragen ondersteuning. Law4ce biedt die ondersteuning. Soms als adviesopdracht, soms als sparringpartner of door deel te laten nemen aan een van onze innovatietafels.

Wij delen kennis en bieden een netwerk voor de juridische sector

Law4ce deelt haar kennis over de juridische markt. Dat doen we via onze innovatietafels, in blogs, artikelen, op diverse podia en via sociale media. We organiseren eigen seminars en participeren bij de belangrijkste seminars in Nederland. We delen onze inzichten en ons netwerk. Daarmee is Law4ce uw solide gesprekspartner.

Voor een blijvende verandering in uw organisatie

Law4ce biedt ervaren Interimmanagers, coaches en we initiëren en begeleiden veranderprocessen binnen advocatenkantoren en organisaties. Als uw bedrijfsvoering aan een update toe is, dan staan we u graag terzijde!

Zo helpt Law4ce haar klanten met:

- Verbetering van uw bedrijfsvoering
- Interim- en adviesfuncties voor de sleutelposities van bedrijfsvoering, zoals financiën, business development, innovatie, ICT, Legal projectmanagement.
- Training (zoals Finance- en Legal Project Management)
- Coaching van Bestuur, Stafmanagers en individuele Fee Earners
-

Law4ce is uniek omdat de Law4ce professionals in meerdere disciplines samen optrekken en zo meerwaarde leveren voor uw kantoor of organisatie. Law4ce biedt oplossingen die praktische en concrete invulling geven en verder gaan dan enkel de albekende opmerking "het moet anders". Wij beantwoorden graag ook de vraag hoe het anders kan en helpen bij de realisatie.

Law4ce

<https://www.law4ce.com>



De

POWER

Talks

De Powertalks 2018 (Click op de play button)





De Zaak op Orde 2018

Groot succes door powertalks en break-out sessies

Een verslag van het seminar 'De zaak op orde'

Op 4 oktober jl. organiseerde Law4ce met een aantal vooraanstaande partners het seminar De zaak op orde.

In 8 korte powertalks namen de sprekers de gasten mee langs verbeteropties en kansen voor het moderne advocatenkantoor. In de break-out sessies werd door de deelnemers enthousiast kennis gedeeld en gedebatteerd.

Hier een verslag van deze interessante middag inclusief een korte samenvatting van de 8 powertalks.

Julius Scholten opende het seminar met de woorden dat hij blij, trots en dankbaar is voor de grote opkomst en het vooruitzicht dat met powertalks en korte workshops veel kennis gedeeld zal gaan worden.

Vervolgens wees dagvoorzitter Murk Vlietstra bij zijn inleiding op het getal 48, met de volgende toelichting: “Zorg dat je iets doet met de vergaarde kennis. Doe je er niet direct iets mee, dan vervliegt de kennis na 48 uur.”

1. Powertalk: Customer engagement

Ruud Verduin is oprichter en managing consultant van Smart Connections en inspireerde mensen om anders naar zichzelf te kijken. Kijk naar jezelf als ‘marketingmachine’.

Vroeger kwamen klanten naar je toe. Dat is (voor velen) niet meer het geval. Ben jij tussen alle eieren het gouden ei? Ben je uniek? Blijf je dat ook? Daar moet je aan blijven werken.

Hij belichtte twee richtingen:

- Meer waar voor je geld: excelleren, specialiseren, lagere prijs. De lagere prijs raadde hij overigens af, omdat dat marge kost. Interessanter is het dan om (extra) waarde toe te voegen.
- Meer customer engagement: het beter begrijpen wie de klant is, wat hem bezig houdt en zorgen voor een verbreding van de relatie.

2. Powertalk: Zingeving, vakmanschap & autonomie

Het kantoor Bruggink & Van der Velden (BvdV) werkt anders dan anderen, vertelt Sjoerd van der Velden, medeoprichter en eigenaar van Bruggink & Van der Velden. De organisatie van BvdV is gestoeld op een democratisch model; daarmee ligt niets vast. Het maakt het kantoor dynamisch en is gebouwd op een stevige basis van vertrouwen.

Controle is volgens Sjoerd een dure illusie: het leidt tot niets, behalve hoge kosten. Het hele kantoor beslist mee. Zelfs bij een kleine meerderheid, wordt er toch nog doorgepraat over de bezwaren van de minderheid.

Sjoerd: “Advocatenwerk is een creatief beroep. Dat gedijt niet als je avonden lang moet doorwerken. Dus als je vastloopt, ga iets anders doen. Minder werken levert meer op. Ons motto is dan ook: ‘Gelukkige medewerkers produceren beter’.

3. Powertalk: Legal projectmanagement

“Waarom gaat het soms mis bij dossiers of de facturering”, vraagt Law4ce partner Timo Schrama. We gaan te snel aan het werk, boeken wat uren af en sturen een factuur. Hoe zou het anders kunnen?

Met gezond verstand en discipline voer je legal projectmanagement uit in vier stappen:

1. Start met het doel.
2. Maak een goede planning.
3. Weet waar je staat en wat je nog moet doen.
4. Zorg dat alle incidenten op tafel komen die de duivelse driehoek van kosten, kwaliteit en doorlooptijd beïnvloeden.

De projectmanager van het dossier bespreekt al deze zaken met de cliënt. De uitdaging zit vervolgens in de discipline: de 4 stappen zorgvuldig opvolgen. Je kan op weerstanden stuiten, maar de beloning die volgt maakt het meer dan de moeite waard: rust en winstverbetering. Legal projectmanagement levert je tevredener klanten, minder stress en een betere factuur op.

4. Powertalk: Optimaal benutten van persoonlijke kwaliteit

Vivien Rorsch, cassatieadvocaat en IE-specialist, gaat in op de vraag: Hoe word je zo creatief mogelijk om complexe zaken op te lossen? Ten eerste door samen te werken. De beste ideeën ontstaan door het samenbrengen van ideeën van verschillende personen. Denk bijvoorbeeld aan de uitvinding van de

lamp door Edison. Velen voor hem waren betrokken bij de ontwikkeling van de lamp, maar Edison bracht alle ideeën bij elkaar. Maar van wie was het originele idee? Over deze zaken gaat mijn IE-praktijk

De tweede succesfactor is 'loslaten'. De ratio zit je in de weg bij creatieve processen, dus kom even achter je bureau vandaan. Terug naar je 'default' modus, dan komen de ingevingen vanzelf. Loslaten betekent ook: doe onverwachte ervaringen op. Onverwachte ervaringen geven vaak creatieve en onverwachte ideeën.

5. Powertalk Impact door blockchain

Sandra van Heukelom-Verhage vertelt hoe een buitengewoon inspirerend verhaal op de Blockchain Future of Trust Summit in Den Haag haar heeft doen besluiten om de nieuwe ontwikkeling van Blockchain op te pakken.

Haar doel was om dé blockchain-advocaat te worden. Sandra legt vervolgens in een paar heldere woorden uit wat blockchain is. Hoe ontwikkelde zij deze nieuwe markt als partner bij Pels Rijcken & Droogleevoer Fortuijn?

Sandra: "Gewoon aan de slag gaan: veel lezen over het onderwerp, met een team de kennis ontwikkelen en dit presenteren in een openbaar whitepaper. Het is heel spannend om de net opgedane kennis te delen, want je vraagt je af of je niet te veel van onze assets en kennis weggeeft.

We hebben de door ons ontwikkelde blockchain een juridisch certificaat gegeven. Vervolgens zijn mensen verder opgeleid in deze technologie met training op het gebied van codering: niet om zelf te kunnen coderen, maar om te checken of de eindsituatie zoals wij die hebben voorzien als juristen, en die wordt neergelegd in code,



ook daadwerkelijk doet wat het moet doen.” Het laat zien hoe een advocaat een product en een markt op een vernieuwende wijze weet te ontwikkelen. “Door ruimte te krijgen en ook zeker te claimen en door veel kennis te delen lukt het ons om juridische technologie te ontwikkelen”, geeft Sandra aan.

6 Powertalk: Hoe je het Day One-gevoel behoudt

Hoe houdt Dries Beljon als partner en oprichter van Lean Lawyers het Day One-gevoel vast? Fintech wordt legaltech, maar de advocatuur verandert niet mee in het tempo. Wat doet Lean Lawyers dan anders? Dries: “Alles van scratch opbouwen om mee te kunnen bewegen met de continue verandering. Van de 100% is 80% te automatiseren en 20% niet. In die 20% zit de toegevoegde waarde van de mens.

Mensen die toegevoegde waarde leveren zijn relevant en daarom blijer. Zie ook de power-talk van Sjoerd van der Velden: Blijere medewerkers zijn productiever.

Het kantoor is opgezet naar het model van ‘The Lean Startup’ van Ries: create, measure & learn door focus op de klant en focus op mensen (zingeving) met wie we werken. Zo werken we met een weekstart. We vragen ons continu af wat kunnen we deze week beter doen dan vorige week, met het idee steeds mee te veranderen. Daarnaast nemen we snel beslissingen.

We focussen ons vooral op het resultaat in plaats van op het proces. Geef de klant het gevoel dat hij het optimale resultaat heeft gekregen. En we kijken ook buiten de branche om te leren.

7. Powertalk: Laagste uurtarief is niet de beste oplossing

Hans Schuurman, partner en oprichter van Law4ce, stelt de vraag: is het laagste uurtarief altijd de goedkoopste oplossing? De cliënten stellen steeds hogere eisen. “Value for money” staat bovenaan de lijstjes.

Bij slechts 15% van de dossiers maakt de prijs niet uit. Bij 85% van de dossiers dus wel, wat resulteert in een vraag om lagere uurtarieven! Dit is slecht voor de winstgevendheid van het advocatenkantoor, maar Hans stelt ook de vraag of de keuze door de cliënt voor de leverancier met het laagste tarief de goedkoopste oplossing is. Kies je zo wel voor de meest efficiënte oplossing?

Hans roept op de discussie te kantelen naar de uren. De eerste korting bestaat uit de uren die je *niet* hoeft te betalen. Vervolgens benoemt Hans een reeks van voorbeelden, waarin een kantoor kan excelleren en daarmee goedkoper kan werken, zoals: de expert weet het al (dus die uren betaal je niet) inzet van legaltech, beter beheersen van processen en dossiers etc. Het is voor de cliënt beter om een efficiënte expert in te huren dan een inefficiënte (en mogelijk kwalitatief mindere) expert met een lager uurtarief, als je dit moet betalen met meer bestede uren.

8. Powertalk: Opvallen in de menigte

Meester Leonie is strafrechtadvocaat en blogger. In 2014 is zij begonnen met bloggen, omdat ze allerlei vooroordelen zag over het strafrecht. Tijd voor een weerwoord op een toegankelijke manier, vond zij.

Haar drive was in de eerste instantie niet vanuit een marketinggedachte, maar zij wilde een verhaal vertellen. Daarmee heeft zij inmiddels 40.000 volgers en blijkt bloggen een serieus marketingkanaal te zijn geworden.

Social media is een ideaal marketing instrument nu het nog relatief weinig serieus gebruikt wordt. “Opvallen in de menigte, het is kosteloos, het heeft een enorme olievlekwerking en je bent nu nog een van de weinige advocaten” zegt Leonie. Haar bekendheid zorgde voor uitnodigingen in zowel de online als de meer traditionele media.

Tips: “Begin klein, kies 1 medium, blijf bij jezelf en gewoon beginnen. Het is leuk om te doen!”

Break-out sessies

Naast de powertalks waren er break-out sessies in de vorm van rondetafelgesprekken. In deze sessies was alle ruimte om de diepte in te gaan. In de groepen werden onderwerpen bediscussieerd en werd geoefend met de aangeboden vaardigheidstraining.

Thema's van de sessies waren:

- Know your customer

- Het nieuwe partnermodel
- Spreek je pitch in 60 seconden
- Marketing & privacy
- Onderscheidend in positionering
- Onboarding & the next generation

Het formele gedeelte eindigde met de overhandiging van de nieuwste uitgave van “De Rechter”, persoonlijk gesigneerd door de tekenaar. De dag werd afgesloten met een (netwerk)borrel. De organisatie, de partners en de deelnemers kijken terug op een geslaagde middag. Met een hoog praktisch gehalte binnen een relatief kort tijdsbestek was dit een interessant evenement. Zowel uit reacties na afloop van het evenement als uit de evaluatie is gebleken dat de formule van powertalks met break-out sessies bijzonder goed wordt gewaardeerd.

[\(bekijk de powertalks\)](#)

Sfeerimpressie 2018



Het Programma

Het programma bestaat uit een middag waar in een hoog tempo veel korte, actieve, legal power talks voorbij komen. Max 12 minuten per spreker waardoor je snel bij bent met de belangrijkste trends en ontwikkelingen en inspiratie opdoet. Maximaal rendement in een middag vanuit vele invalshoeken gepresenteerd. Je hoeft in dit seminar dus niet te kiezen, maar krijgt alle onderwerpen kort en praktisch gepresenteerd. Alle powertalks zijn goed gecoördineerd opgezet om de juiste boodschappen goed over te brengen.

Tussen de powertalks organiseert Law4ce een Netwerk Breakout waarin je in kleine groepen gericht in contact komt met andere deelnemers, sprekers, sponsors en organisatoren van jouw voorkeur. Deze netwerk breakout wordt per thema geleid door een moderator.

Deelnemers kunnen door inschrijving bij de balie van Van der Feltz advocaten PO punten en een certificaat van deelname verkrijgen van de Bilderdijk Academie, de door de NOVA erkende opleidingsinstelling van Van der Feltz advocaten.

Programmatijden

13:00 Ontvangst

13:30 Start powertalks

14:30 Pauze & Netwerkevent

16:00 Vervolg powertalks

17:00 Borrel

18:30 Afsluiting

Inschrijving

De ticketverkoop voor De Zaak op Orde verloopt via EventBrite. Indien je lid van bent van Balieplus, selecteer dan het juiste ticket. Uiteraard gelden deze kortingen alleen indien je daadwerkelijk lid bent. De inschrijving staat alleen open voor advocaten, notarissen en werknemers van advocaten- en notariskantoren. De prijzen op Eventbrite zijn inclusief 21 % BTW. Ga naar: <https://www.dezaakoporde.com>

Balieplus lid

€ **202,50**

- Balieplus leden krijgen 10% korting (€ 245,03 incl. BTW).
Interesse in het [BaliePlus](#) netwerk?

Open inschrijving

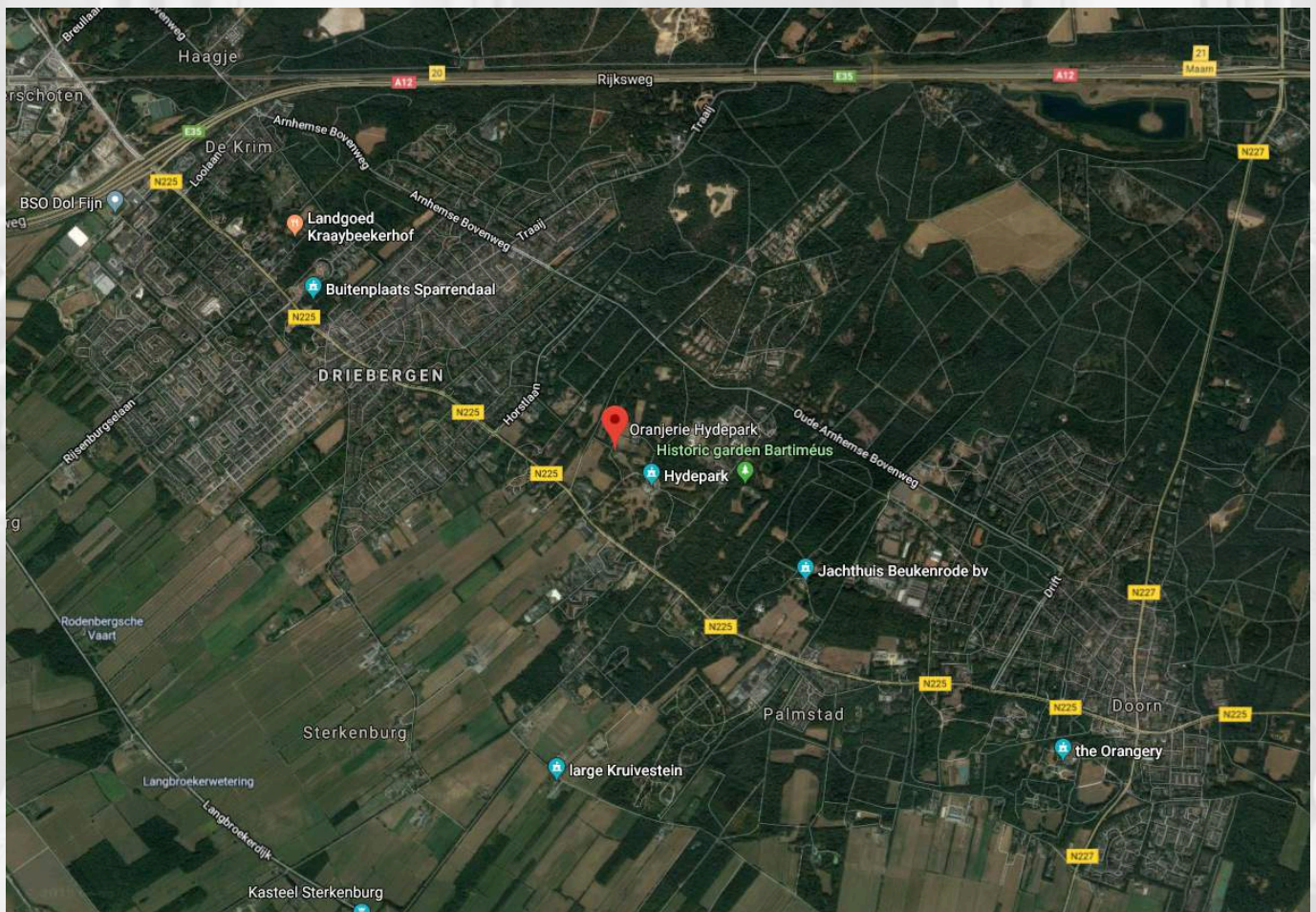
€ **225**

- Inschrijving voor advocaten, notarissen en professionals werkzaam bij advocaten- en notariskantoren (€ 272,25 incl. BTW)

Locatie

Het seminar vindt plaats in de prachtige Oranjerie Hydepark die in 2016 volledig is gerestaureerd.

Oranjerie Hydepark
Hydeparklaan 10
3941 ZJ Doorn
Telefoon + 31 6 130 16 419
eMail info@dezaakoporde.com



Lees nu de nieuwe editie van

THE **FUTURE** LAWYER

• International | Leiden Law School • 2019 • www.legalbusinessworld.com

THINK
ABOUT
THINGS
DIFFERENTLY

Future Lawyers on the Business of Law

Contributions from Students of Leiden University | Honours College of Law

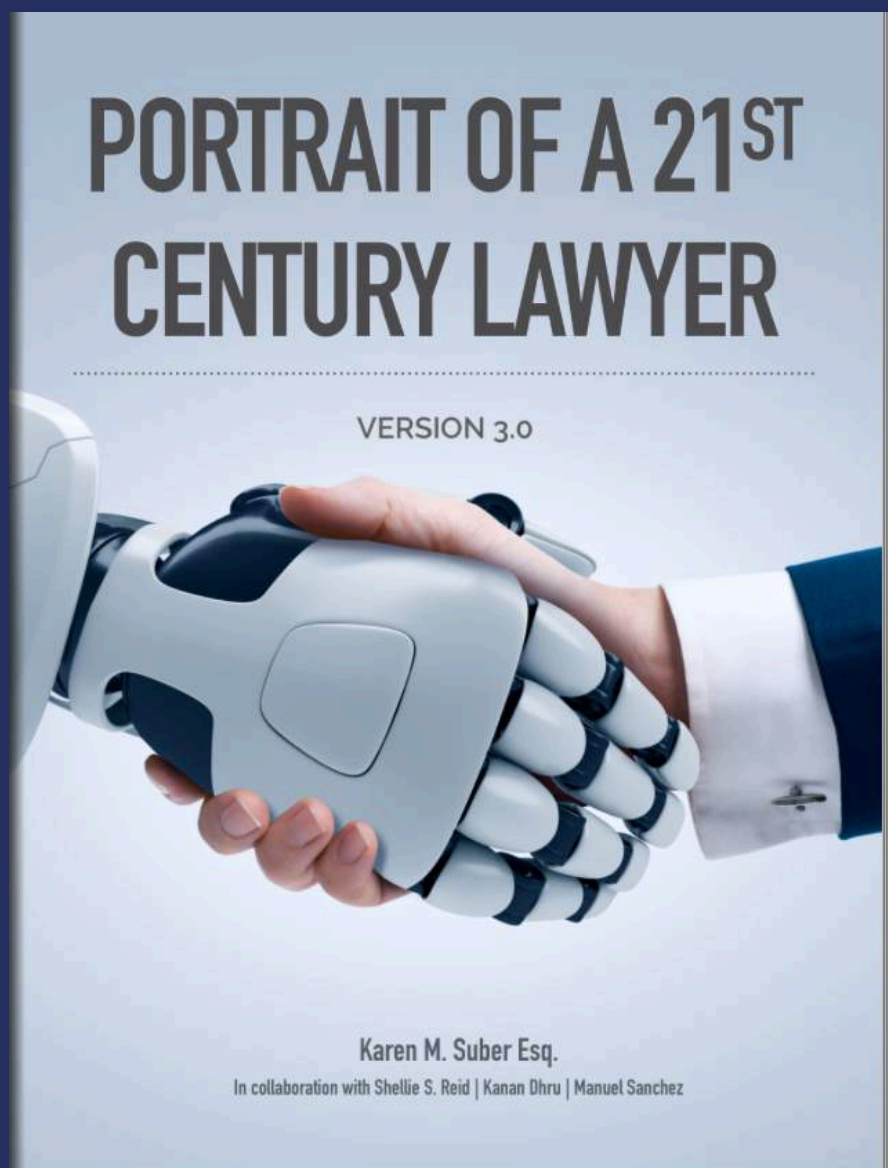


READ IT **ONLINE** OR
DOWNLOAD YOUR COPY

Free for Legal Business World Subscribers

LEARN MORE ABOUT YOUR EVOLVING JOB IN THIS CHANGING MARKET ?

KAREN SUBER TALKS ABOUT CHANGE, CHALLENGES AND THE
DEVELOPMENT OF NEW SKILLS



LBW READ IT **ONLINE** OR
DOWNLOAD YOUR COPY

Free for Legal Business World Subscribers

READ 240-PAGES OF PRESCRIPTIVE AND PROVOCATIVE STRATEGIC COUNSEL

THE GUIDANCE TO BECOME FUTURE PROOF BY INDUSTRY EXPERT AND THOUGHT LEADER PATRICK J. MCKENNA



LBW READ IT **ONLINE** OR
DOWNLOAD YOUR COPY



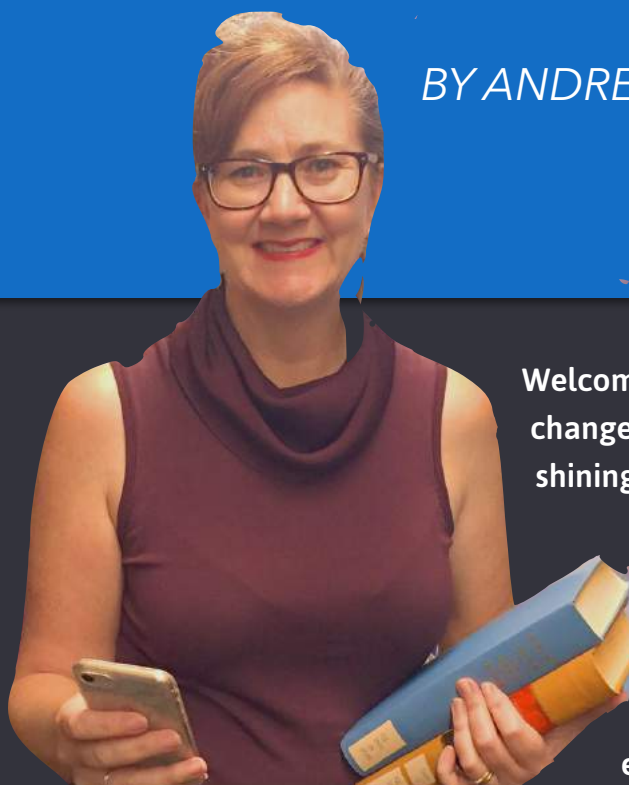
REINVENTING PROFESSIONALS



This podcast series is designed to offer ideas, guidance, and perspectives on how to effectively navigate a perpetually shifting professional landscape, with a unique focus on the legal industry and the technology that is driving its evolution. By Ari Kaplan, Legal Industry Analyst, Speaker and Author

Reimagining Justice

BY ANDREA PERRY-PETERSEN



Welcome to Reimagining Justice - a global podcast for the change makers in law and the first Australian-based podcast shining a light on issues at the intersection of law, social justice and innovation. Join Andrea Perry-Petersen, an Australian lawyer and social justice advocate, as she interviews guests from around the world who have discovered and implemented innovative ways to update the legal profession while improving people's experience of the law.



LEGAL INNOVATION PODCAST



My name is Isabella Galeano. I release new podcast episodes in English y en castellano. I'm a lawyer focused on legal innovation, legaltech and legal design, a law professor at Esade Law School, and host of The Quirky Lawyer Podcast. I share groundbreaking content on legal innovation, legaltech, and legal design to inspire lawyers and contribute to the transformation of the legal sector.

BY QUDDUS POURSHAFIE AND TESSA MANUELLO

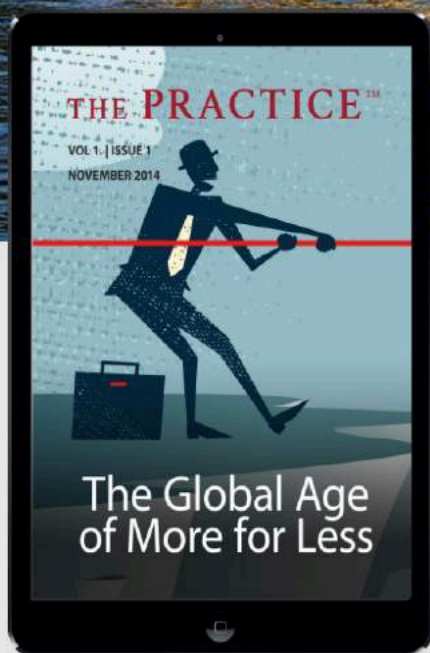


Exploring what it means to be a lawyer/law firm of the future. Join Tessa and Quddus, two entrepreneurs working on each edge of the planet, bringing you the innovators that are pushing the needle and working on the avant garde across the globe.

Legal Business World
Podcast



Where academic research and
practical advice come together



The Practice is a unique digital magazine that takes cutting-edge, empirical research on the global legal profession and makes it accessible to busy practitioners.

To learn more, visit theppractice.law.harvard.edu



HARVARD LAW SCHOOL
Center on the Legal Profession